

FACULTAT DE FILOLOGIA, TRADUCCIÓ I
COMUNICACIÓ

PROGRAMA D'INTERCULTURALITAT I COMUNICACIÓ



VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

TESIS DOCTORAL

**LA CONTRIBUCIÓN DE LA PRENSA
ECONÓMICA DIGITAL AL FENÓMENO
EMPREENDEDOR (2010-2018)**

DOCTORANDA: DESAMPARADOS CERVANTES ZACARÉS

DIRECTORES: GERMÁN LLORCA ABAD Y MYRIAM MARTÍ SÁNCHEZ

Octubre, 2019

Índice

<u>ÍNDICE</u>	<u>2</u>
<u>ÍNDICE DE GRÁFICOS</u>	<u>7</u>
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	<u>11</u>
<u>AGRADECIMIENTOS</u>	<u>13</u>
<u>1. INTRODUCCIÓN</u>	<u>17</u>
<u>2. MOTIVACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DOCTORAL</u>	<u>23</u>
<u>3. OBJETIVO DEL TRABAJO DOCTORAL</u>	<u>29</u>
<u>4. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS</u>	<u>35</u>
<u>5. METODOLOGÍA: ACLARACIONES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SELECCIONADOS</u>	<u>41</u>
5.1 LA REVISIÓN DE LA LITERATURA	41
5.2 EL MÉTODO DE LA SEMANA CONSTRUIDA	42
5.3 ANÁLISIS HEURÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	51
5.4 JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL ANÁLISIS	52
<u>6. MARCO TEÓRICO: TEORÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN APLICADAS AL TRABAJO DOCTORAL</u>	<u>59</u>
6.1 LA TEORÍA DEL GATEKEEPER	61
6.2 LA TEORÍA DEL ESTABLECIMIENTO PERIODÍSTICO DE TEMAS	63

6.3	LA TEORÍA DEL ENCUADRE DE TEMAS O FRAMING	67
6.4	THE HYBRID MEDIA SYSTEM	69
6.5	LA TEORÍA DE LOS SISTEMAS MEDIÁTICOS COMPARADOS	71
7.	<u>ESTADO DE LA CUESTIÓN</u>	75
8.	<u>TRATAMIENTO DE LA BURBUJA INFORMATIVA DE FORMA ACADÉMICA</u>	83
8.1	EL CONCEPTO DE BURBUJA ECONÓMICA	83
8.2	LAS BURBUJAS INFORMATIVAS PREVIAS	85
8.2.1	LA BURBUJA TECNOLÓGICA	86
8.2.2	LA BURBUJA INMOBILIARIA	88
8.2.3	LA BURBUJA DE LAS CRIPTOMONEDAS	92
8.3	PROPUESTA DE DEFINICIÓN DE BURBUJA INFORMATIVA	94
8.4	LA BURBUJA INFORMATIVA DEL FENÓMENO EMPRENDEDOR	95
9.	<u>ANÁLISIS DE RESULTADOS</u>	101
9.1	EXPLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA ESTABLECIDA	101
9.2	ANÁLISIS POR ÍTEMS CUANTITATIVOS	108
9.3	FECHA	108
9.3.1	MEDIOS	110
9.3.2	DIRECCIÓN WEB DE LA NOTICIA	111
9.3.3	TITULAR DE LA NOTICIA	111
9.3.4	ALUSIÓN EN CONTEXTO AJENO	112

9.3.5	NOTICIA REPETIDA	113
9.3.6	AUTOR	113
9.3.7	SECCIÓN	115
9.3.8	GÉNERO	117
9.3.9	EXTENSIÓN	118
9.3.10	PALABRAS CLAVE	119
9.3.11	SOCIAL	121
9.3.12	APOYO FOTOGRÁFICO Y TEXTOS DE APOYO	121
9.3.13	FUENTES AUTORIZADAS Y OFICIALES	122
9.3.14	FUENTES NO OFICIALES (TESTIMONIOS)	122
9.4	ANÁLISIS POR ÍTEMS CUALITATIVOS	123
9.4.1	TRATAMIENTO	123
9.4.2	TIPOLOGÍA	124
9.5	ANÁLISIS CON CRUCE DE VARIABLES	126
9.5.1	AUTOR Y MEDIO	127
9.5.2	AUTOR Y GÉNERO	131
9.5.3	MEDIO Y FECHA	133
9.5.4	MEDIO Y EXTENSIÓN	136
9.5.5	MEDIO Y TRATAMIENTO	138
9.5.6	MEDIO Y PALABRAS CLAVE	142
9.5.7	MEDIO Y TIPOLOGÍA DE INFORMACIÓN	143

9.5.8	MEDIO Y ALUSIÓN EN CONTEXTO	146
9.5.9	MEDIO Y FUENTES AUTORIZADAS	147
9.5.10	MEDIO Y FUENTES NO AUTORIZADAS (FUENTES PERSONALES)	148
9.5.11	MEDIO Y GRÁFICOS DE APOYO	149
9.5.12	FECHA Y TRATAMIENTO	151
9.5.13	MEDIO Y SECCIÓN	152
9.5.14	MEDIO Y GÉNERO	156
9.5.15	MEDIO Y APOYO FOTOGRÁFICO	159
9.5.16	FECHA Y TIPOLOGÍA	162
9.5.17	SECCIÓN Y TRATAMIENTO	164
9.5.18	SECCIÓN Y TIPOLOGÍA DE NOTICIAS	167
9.5.19	GÉNERO Y TRATAMIENTO	169
9.5.20	GÉNERO Y TIPOLOGÍA	171
9.5.21	TRATAMIENTO Y TIPOLOGÍA	172
9.5.22	TRATAMIENTO Y FUENTES AUTORIZADAS	174
9.5.23	TRATAMIENTO Y FUENTES NO AUTORIZADAS	175
9.5.24	AUTOR Y SECCIÓN	176
9.5.25	AUTOR Y TRATAMIENTO	178
9.5.26	AUTOR Y TIPOLOGÍA	179
9.5.27	AUTOR Y FUENTES AUTORIZADAS OFICIALES	181
9.5.28	AUTOR Y FUENTES NO AUTORIZADAS (PERSONALES)	184

9.5.29	MEDIO Y TEXTOS DE APOYO	184
9.5.30	FECHA Y SECCIÓN	185
9.5.31	GÉNERO Y FUENTES AUTORIZADAS	186
9.5.32	GÉNERO Y APOYO FOTOGRÁFICO	187
9.5.33	GÉNERO Y GRÁFICOS DE APOYO	188
9.5.34	GÉNERO Y TEXTOS DE APOYO	189
9.5.35	TIPOLOGÍA Y FUENTES AUTORIZADAS	190
9.5.36	TIPOLOGÍA Y FUENTES PERSONALES	191
9.5.37	TIPOLOGÍA Y APOYO FOTOGRÁFICO	192
<u>10. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD</u>		197
10.1	ENTREVISTAS A RESPONSABLES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	200
10.1.1	ENTREVISTA A JUANJO SANTACANA, ADJUNTO AL DIRECTOR DE EL ECONOMISTA	200
10.1.2	ENTREVISTA A UN RESPONSABLE DE EMPRENDEDORES DE EXPANSIÓN	203
10.1.3	ENTREVISTA A PABLO SEMPERE, REDACTOR DE DIRECTIVOS EN CINCO DÍAS	205
<u>11. CONCLUSIONES</u>		213
11.1	CONCLUSIONES GENERALES	213
11.2	LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN	216
<u>12. RECOMENDACIONES PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</u>		221
<u>13. BIBLIOGRAFÍA</u>		225
<u>14. ANEXOS (TABLA DE DATOS ANALIZADOS)</u>		240

Índice de gráficos

Gráfico 1: Dónde han aumentado más los trabajadores autónomos (2009-2018)	24
Gráfico 2: Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación (2005-2017) respecto a la pregunta de si los medios juegan un papel relevante en la configuración de opiniones en la población.....	35
Gráfico 3: Visitantes únicos en los tres principales medios sectoriales económicos (2015-2018)	55
Gráfico 4: Fases de la burbuja especulativa	84
Gráfico 5: Evolución del precio medio de la vivienda (1963-2011).....	90
Gráfico 6: Cobertura mediática de la burbuja inmobiliaria en España (2000-2008)	91
Gráfico 7: Crédito al ladrillo y precio de la vivienda en España (2000-2008)	92
Gráfico 8: La palabra startup en Google en España (2010-2017).....	95
Gráfico 9: Porcentaje de startups en España según su fase de crecimiento (2017)	97
Gráfico 10: Unidades de análisis distribuidas por año (2010-2018).....	109
Gráfico 11: Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en España (2005-2017).....	110
Gráfico 12: Unidades de análisis distribuidas por medio de comunicación	110
Gráfico 13: Autores con más de tres ítems y número de informaciones por autor	115
Gráfico 14: Secciones en las que aparecen informaciones relacionadas con la búsqueda	116
Gráfico 15: Número de artículos por género periodístico	118
Gráfico 16: Extensión de las informaciones	119

Gráfico 17: Repetición de las palabras clave por información	120
Gráfico 18: Ítems por frecuencia de palabras clave	121
Gráfico 19: Ítems que contienen elementos de apoyo.....	122
Gráfico 20: Tratamiento de la información en las unidades de registro	124
Gráfico 21: Extensión de los ítems en expansion.com.....	136
Gráfico 22: Extensión de los ítems en cincodias.es	137
Gráfico 23: Extensión de los ítems en economista.es	138
Gráfico 24: Tratamiento de los ítems según el medio de comunicación	139
Gráfico 25: Tratamiento del contenido en cincodias.es	140
Gráfico 26: Tratamiento de los contenidos en economista.es	141
Gráfico 27: Tratamiento de los contenidos en expansion.com	142
Gráfico 28: Repetición de las palabras clave por medio de comunicación.....	143
Gráfico 29: Tipología de contenido en los ítems de cincodias.es	145
Gráfico 30: Tipología de contenido en los ítems de economista.es	145
Gráfico 31: Tipología de contenido en los ítems de expansion.com	146
Gráfico 32: Tratamiento de la información por años	151
Gráfico 33: Secciones en las que aparecen los ítems en cincodias.es.....	154
Gráfico 34: Secciones en las que aparecen los ítems en economista.es.....	155
Gráfico 35: Secciones en las que aparecen los ítems en expansion.com	156
Gráfico 36: Géneros que se utilizan en cincodias.es.....	157

Gráfico 37: Géneros que se utilizan en eleconomista.es	158
Gráfico 38: Géneros que se utilizan en expansion.com	158
Gráfico 39: Número de ítems que contienen imágenes en cincodias.es	160
Gráfico 40: Número de ítems que contienen imágenes en eleconomista.es	161
Gráfico 41: Número de ítems que contienen imágenes en expansion.com.....	161
Gráfico 42: N° de casos de éxito/fracaso por fecha.....	163
Gráfico 43: N° de iniciativas privadas, públicas o mixtas por fecha.....	164
Gráfico 44: Tratamiento de la información según la sección.....	167
Gráfico 45: Casos de éxito (tipología) según la sección	168
Gráfico 46: Tratamiento según la sección.....	170
Gráfico 47: Género y ‘casos de éxito’ y ‘fracaso’ (tipología).....	172
Gráfico 48: Tratamiento e inclusión de fuentes autorizadas	175
Gráfico 49: Tratamiento e inclusión de no fuentes autorizadas	176
Gráfico 50: Autores con más de tres ítems recuperados vs. sección.....	177
Gráfico 51: Autores con más de tres ítems recuperados vs. Sección (excepto Óscar Sánchez)	178
Gráfico 52: Intersección de autores con tratamiento de la información (el tamaño indica el tratamiento positivo)	179
Gráfico 53: Intersección de todos los autores con tipología de la información	180
Gráfico 54: Intersección de los autores con más de tres ítems registrados con tipología de la información	181

Gráfico 55: Intersección de los autores con el uso de fuentes oficiales.....	183
Gráfico 56: Ítems con textos de apoyo por medio de comunicación	185
Gráfico 57: Número de ítems por fecha y sección	186
Gráfico 58: Género y fuentes autorizadas (oficiales).....	187
Gráfico 59: Género y apoyo fotográfico	188
Gráfico 60: Género y gráficos de apoyo	189
Gráfico 61: Género y textos de apoyo.....	190
Gráfico 62: Cruce de tipología y fuentes autorizadas	191
Gráfico 63: Cruce de tipología y fuentes personales.....	192
Gráfico 64: Cruce de tipología y apoyo fotográfico	193

Índice de tablas

Tabla 1: Días seleccionados para el análisis (2010-2018)	44
Tabla 2: Ranking de las webs financieras más visitadas en España, según Rankia.com (2012)	53
Tabla 3: Número de informaciones encontradas sobre bitcoin (2015-2018)	93
Tabla 4: Selección de unidades de análisis	102
Tabla 5: Tipología de noticias	107
Tabla 6: Número de informaciones por tipo de contexto	113
Tabla 7: Tipología de informaciones	125
Tabla 8: Cruce de ítems para análisis	127
Tabla 9: Autores firmantes bajo la cabecera cincodias.es	129
Tabla 10: Autores firmantes bajo la cabecera expansion.com	130
Tabla 11: Autores firmantes bajo la cabecera eleconomista.es	131
Tabla 12: Cruce de autores y género de los ítems analizados	132
Tabla 13: Evolución de las informaciones analizadas por año y crecimiento/caída anual	133
Tabla 14: Ítems analizados por año y medio	134
Tabla 15: Alusión en contexto completo o medio por medio de comunicación	147
Tabla 16: Ítems por medio de comunicación que incluyen fuentes autorizadas	148
Tabla 17: Inclusión de fuentes no autorizadas (personales)	149
Tabla 18: Inclusión de gráficos de apoyo	150

Tabla 19: Secciones en las que aparecen los ítems por medio de comunicación.....	153
Tabla 20: Géneros que se utilizan en las unidades de análisis	156
Tabla 21: Número de ítems que contienen imágenes.....	159
Tabla 22: Tipología de ítem por fecha	162
Tabla 23: Tratamiento de la información según la sección.....	166
Tabla 24: Tipología y género de las unidades de análisis	171
Tabla 25: Tipología y tratamiento.....	173
Tabla 26: Autores que utilizan fuentes autorizadas	182
Tabla 27: Autores con más de tres ítems que utilizan fuentes autorizadas	184

Agradecimientos

La elaboración de un trabajo doctoral requiere de muchas horas de esfuerzo, concentración y dedicación que, necesariamente, debes robar de otros espacios de tu vida. Y en este apartado de agradecimientos no quiero dejarme a nadie.

GRACIAS en mayúscula a todos aquellos con los que he compartido en algún momento mis avances, dudas, desvelos y alegrías a lo largo de estos cinco años, y me han escuchado, animado o descubierto alguna nueva idea. Algunos de ellos, especialmente, a mis ‘amarillos’, aquellos que desde el primer minuto creyeron en mí más que yo y hoy, me doy cuenta de cuánta razón tenían. Gracias, gracias y gracias.

En primer lugar, quiero agradecer a mi familia, sin cuya colaboración y apoyo no hubiera sido posible llevar a cabo este trabajo doctoral. Han sido muchas horas y días los que he tenido que ausentarme para poder dedicar tiempo a esta tesis doctoral. A mis hijas Inés y Leonor, a las que he privado de muchos fines de semana de ocio y descanso, especialmente en los dos últimos años. A mis padres, que me han ayudado en todo lo que han podido, con las niñas y con lo que ha sido necesario.

Y especialmente, quiero dar las gracias a mi marido, Arturo, quien no solo me ha ayudado emocional y anímicamente, sino que también he tenido su apoyo y ayuda en todo lo relacionado con la tesis, desatascándome en aquellos momentos en los que no sabía cómo resolver un problema o tenía ciertas dudas técnicas. Su dedicación a nuestra familia y su apoyo incondicional han sido esenciales para llegar hoy hasta aquí.

También quiero dar las gracias al equipo de Aletreo: Belén, Antonio, Lucía, Mercedes, Rajaa y Bárbara, que han ‘sufrido’ mis ausencias mientras me dedicaba a este trabajo doctoral y me han suplido con profesionalidad, diligencia y saber hacer. Gracias porque, sin vosotros, esto no habría sido posible. A Laura y de nuevo a Antonio, que han dedicado su tiempo a leer y corregir la tesis, un trabajo impagable.

Por último, quiero dar las gracias a mis dos co-directores de tesis. A Myriam por un lado, que ha vivido día a día mi trabajo, mis errores y mis atascos. Y a Germán, que ha respondido siempre que lo he necesitado, incluso ayudándome en lo administrativo.

Ambos me han animado, me han corregido y me han ayudado a llegar hasta donde hoy estoy.

Sin vuestra inestimable ayuda, hoy no estaría en el camino de ser doctora.

De nuevo, gracias.

1

INTRODUCCIÓN

1. Introducción

La observación del entorno y contexto plantea, en numerosas ocasiones, interrogantes e hipótesis que permiten, como en el caso actual, ser el punto inicial de una investigación que ha dado lugar a esta tesis doctoral. La idea surge tras la lectura de informaciones como:

Titular: “Existe una burbuja de startups, se crean 3,1 millones de empresas en el mundo al mes”

Texto: ¿Existe actualmente una burbuja de start-ups?

Sí. En el mundo se crean 3,1 millones de empresas y en EE. UU. se crean medio millón de nuevas pymes al mes. La realidad es, ¿qué lleva a toda esta gente a hacerlo? Ellos saben que crear empresas no es el camino para aliviar los problemas de su país, del sector público y privado. Creo que la gente quiere ser más independiente, cumplir sus sueños, iniciar sus negocios, hacer lo que realmente desean y pienso que la nueva generación sabe lo que es el emprendimiento y convertir sus pequeñas empresas en otras con crecimiento y éxito [...]

(eleconomista.es, 23/09/2015)

Simultáneamente, conversaciones mantenidas con agentes del emprendimiento como inversores, responsables de aceleradoras, emprendedores y también periodistas, impulsan el inicio de este trabajo doctoral a través de algunas cuestiones a resolver: ¿Han trasladado los medios de comunicación una imagen del fenómeno emprendedor excesivamente positiva? ¿Por qué la cobertura informativa ha sido mayoritariamente positiva sin reflejar historias de fracaso, cuando los datos evidencian que no todos los proyectos emprendedores perviven?

Sin embargo, la existencia de una burbuja y la responsabilidad que han tenido los medios de comunicación no era una idea compartida por todos:

Titular: “No es una burbuja, es un nuevo modelo económico” Entrevista a Mar Vidal, responsable de la aceleradora Conector

Texto: Twitter se dispara en bolsa aun cuando tenía importantes pérdidas, SnapChat con la entrada de Alibaba la valoran en 10.000 millones de dólares (sin prácticamente facturación alguna), esta semana nos enteramos de que un fondo ha comprado La Nevera Roja a valor 40 veces su facturación... ¿Estamos otra vez en una burbuja respecto a las empresas tecnológicas o es otra cosa?

En algunos casos será así. Por supuesto que en los ‘mercados’ hay para todo. Vengo de ahí, me pasé un tiempo trabajando en bolsa y sé que no siempre las cosas valen lo que cuestan, pero pueden valerlo. En los casos que comentas hay otros factores. El inversor busca ganar dinero y lo hace invirtiendo incluso en empresas que pierden dinero, y mucho, porque a pesar de ello, cuando decida o pueda vender, sabe que seguirá siendo una empresa invertible. Y eso puede pasar de nuevo en pérdidas, porque el valor de Twitter no es lo que ahora se logra, es lo que se espera de ellos. Amazon pierde tanto dinero que a veces sorprende que siga vivo, pero su valor es otro, su futuro está en liderar un modelo de logística y negocio que requiere invertir mucho. Las startups viven de rondas de financiación y eso no es malo, es la lógica de los tiempos. A unos les sale bien rápido, a otras se les retrasa y algunas no lo logran. En un gran número de ocasiones, éstas que cierran antes de lograr el éxito a pesar de recibir inversión, les faltó el ‘extrapoint’ que llamamos, ese extra de financiación que las hubiera puesto en su lugar soñado. No es una burbuja, es un nuevo modelo económico que requiere otro tipo de análisis a los tradicionales. [...]

(sintetia.com, 09/02/2015)

A partir de este momento, se plantea cómo establecer la investigación de este trabajo doctoral con la intención de intentar demostrar la hipótesis de que los medios de comunicación especializados han contribuido a la creación de una burbuja informativa en torno al fenómeno emprendedor.

En primer lugar, se ha procedido a un exhaustivo análisis del marco teórico relacionado con el emprendimiento y su evolución desde que se crea el concepto. A continuación, se ha llevado a cabo la revisión de las principales teorías de la información y la comunicación vinculadas a la creación de contenido y a la influencia que ejercen los medios en la percepción de la audiencia en determinados temas.

Posteriormente, se ha definido desde el punto de vista académico qué es una burbuja informativa a partir del concepto de burbuja especulativa y se han propuesto las

características que definirían a la misma, detectando también otras burbujas que se han producido en el ámbito económico desde el año 2000.

En el apartado de análisis, se ha llevado a cabo una investigación cuantitativa y cualitativa de las informaciones recogidas entre 2010 y 2018 en los principales medios digitales económicos en España, para determinar qué tipo de contenidos se han publicado con respecto al emprendimiento, y se ha procedido a hacer un vaciado de información. Esta investigación cuantitativa se ha completado con entrevistas en profundidad a los diferentes responsables de los medios de comunicación objeto de estudio.

El presente trabajo doctoral plantea unas conclusiones respecto a la existencia o no de una burbuja informativa vinculada al fenómeno emprendedor que van acompañadas de unas recomendaciones a los medios de comunicación sobre mejores prácticas en el ámbito ético e informativo a la hora de tratar los temas vinculados al ecosistema emprendedor.

2 MOTIVACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DOCTORAL

2. Motivación y justificación del trabajo doctoral

El fenómeno emprendedor ha crecido desde el año 2011 en España, tal y como recoge el ‘Global Entrepreneurship Monitor’ (GEM, 2018), que estudia y analiza los índices mundiales, evaluando características, motivaciones y ambiciones de emprendedores de más de 60 países. El 32% de la población española percibe que la actividad de este tipo es una oportunidad de negocio, el porcentaje más alto obtenido desde 2008 (GEM, 2018: 25).

“En concreto, a partir del 2010 el porcentaje de la población identificada como emprendedores potenciales comenzó a aumentar, desde unos niveles que estaban en torno al 6% y 7%, hasta alcanzar un máximo del 12% en el año 2012. En los dos años siguientes, el porcentaje de emprendedores potenciales se mantuvo comparativamente alto, pero desde el 2015 este porcentaje ha vuelto a estar alrededor del 6%, aunque en el último año ha repuntado ligeramente desde el 6,1% hasta el 6,8%” (GEM, 2018:63).

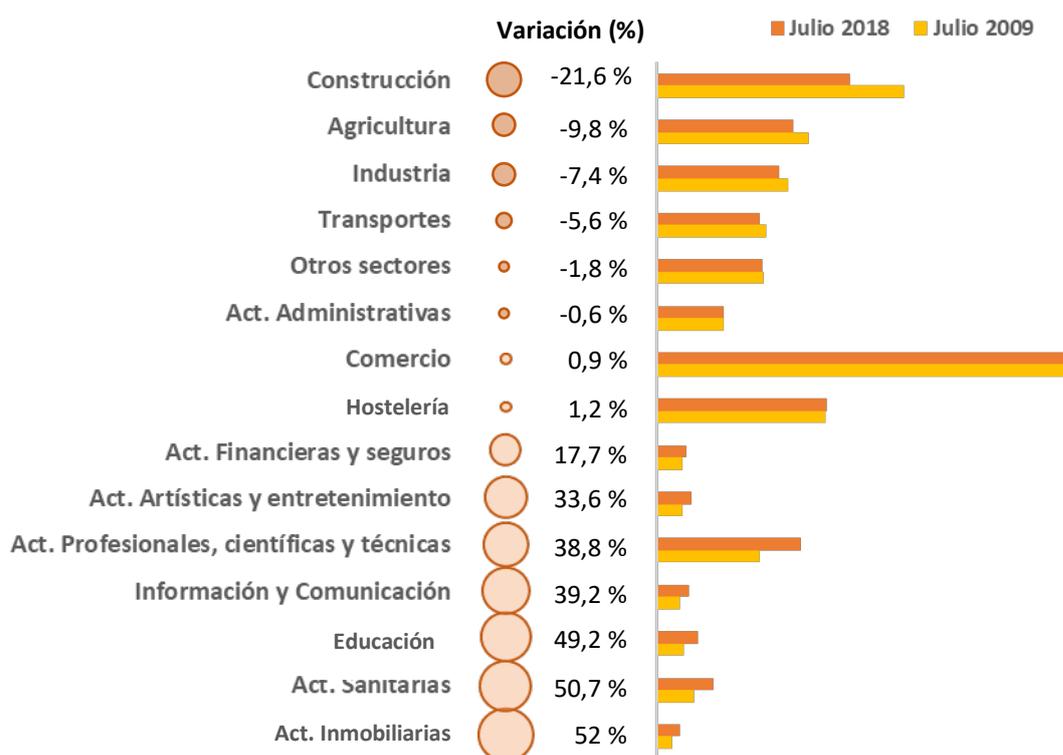
La percepción positiva del fenómeno ha venido alentada por algunos acontecimientos como el comportamiento de un determinado emprendedor que, si tiene éxito, no solo motiva a otros a seguir su ejemplo, sino que también crea nuevas oportunidades para que las aprovechen terceros, tal y como detalla Holcombe (1998). El periodo en el que se basa este trabajo doctoral abarca desde 2010 a 2018, años en los que se desarrolla tanto la llamada ‘Gran recesión española’ (Puche, 2018), como la salida de la crisis económica en España (Sotelo, 2014).

Ya a finales de 2007 se percibían señales de desaceleración de la actividad económica a nivel mundial, que comenzaría a tener repercusión en España a partir de la segunda mitad de 2008 (Rocha, 2018). A partir de ese año, el desempleo en España aumenta. En ese periodo, tal y como recogen las cifras de la EPA (Encuesta de Población Activa), el resultado es la destrucción de casi 3,3 millones de empleos y la creación de 274.000 nuevos empleos, lo que representa una tasa de variación interanual negativa del 15% para el periodo (EPA, 2012).

Una de las consecuencias de la destrucción de empleo es el aumento del número de emprendedores, dado que “la gente en España ha empezado a emprender por causa de la situación actual de la economía española y la gente está tratando de salir adelante con lo que tiene, aunque sin mucha confianza” (Giner, 2013).

Según recogen los datos de la Seguridad Social (2017), en España desciende el número de emprendedores¹ un 14,7% de 2007 a 2012. Sin embargo, a partir de 2013, y coincidiendo con el inicio de la recuperación económica, el número de autónomos crece a un ritmo del 2% anual. Sin embargo, el análisis de la evolución de la cifra de emprendedores desde 2009 y hasta mitad de 2018 refleja que en este periodo se han incrementado un 1,3% (Expansión, 2018)

Gráfico 1: Dónde han aumentado más los trabajadores autónomos (2009-2018)



Fuente: Federación Nacional de Trabajadores Autónomos (ATA), Expansión y elaboración propia.

A lo largo de este periodo, la tasa de paro se ha elevado del 8,8% a finales de 2007 hasta el 24,7% a cierre de 2014 (aunque en 2013 se alcanzó el 25,7%), según recoge la

¹ Autónomos dados de alta en la Seguridad Social (2017).

Seguridad Social (2017). En este contexto, destaca también la aprobación de la Ley 14/2013 de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización, una norma que se va desarrollando a través de reales decretos y que ve la luz tras su ratificación en el Congreso de los Diputados, el 28 de septiembre de 2015 (BOE, 2015).

Esta ley ha sido creada para ayudar económicamente a todos aquellos que han optado por emprender, apostando por la reducción de cuotas a la Seguridad Social, beneficios fiscales especiales y ayudas a su implantación. En todo este proceso, los medios de comunicación españoles han jugado un papel fundamental en el tratamiento realizado a la información sobre este fenómeno emprendedor.

Estos intermediarios de la información se han perfilado como la ‘levadura perfecta’ para contribuir al crecimiento de la burbuja de este fenómeno, que en este trabajo doctoral se va a tratar de definir: la hipótesis principal que se plantea es que los diferentes grupos mediáticos han promovido el emprendimiento con su enfoque al tratar el hecho, tal y como expone la *teoría de la Agenda-Setting* (McCombs, Maxwell y Shaw, Donald, 1972), que hace referencia a cómo los medios influyen en el público directa o indirectamente, dando relevancia a temas o cuestiones que ellos mismos eligen (McCombs, 1996).

Del mismo modo, en el capítulo 9 se analiza la información recogida por los medios de comunicación especializados sobre el fenómeno emprendedor para demostrar cómo lo han tratado. Es relevante analizar este tratamiento, dado que representa una influencia concreta en los lectores, aplicando la *teoría del Framing* (Goffman, Ervin, 1981). En este caso, se da “la selección y el énfasis que los medios conceden a las características de un tema, y que promueven abiertamente en el público una particular evaluación sobre dicho tema” (Goffman, Ervin, 1981).

Para analizar cómo los medios han contribuido a promocionar la burbuja emprendedora, se ha desarrollado este análisis cuantitativo y cualitativo de los contenidos que hablan sobre emprendedores y emprendimiento en los medios de comunicación digitales especializados en economía.

Mediante el análisis de las informaciones publicadas en estos medios de comunicación, se podrá observar la evolución del número de ítems en el periodo indicado (2010-2018),

los cambios de tendencia y los ejemplos de cómo los temas expuestos en los medios son planteados como casos de éxito. Es lo que Mauro Wolf ha denominado el “valor-noticia”, es decir, definir qué acontecimientos se consideran noticiables y relevantes para ser transformados en noticia (Wolf, 1987).

Los medios de comunicación han tratado de condicionar la opinión del lector/audiencia contribuyendo a crear una percepción positiva respecto al emprendimiento, como sinónimo de éxito. En definitiva, cabe, dados los resultados obtenidos, proponer a los medios de comunicación una serie de recomendaciones con el fin de que sus informaciones recojan la realidad del fenómeno emprendedor.

En ese sentido, los lectores de los diarios económicos digitales accederían a unos contenidos de calidad, acordes con una realidad que se conforma con casos de éxito, pero donde también están muy presentes los fracasos. Aplicando estas recomendaciones, la audiencia tendría una percepción más ajustada a la realidad en relación con el proceso de emprender y de esta forma, conocería no solo experiencias positivas sino también negativas. Los medios de comunicación, por su parte, atenderían a la responsabilidad que deben asumir respecto a las repercusiones que generan en la concepción de la realidad.

3

OBJETIVO DEL TRABAJO DOCTORAL

3. Objetivo del trabajo doctoral

Este trabajo doctoral tiene como objetivo principal demostrar que los medios de comunicación españoles han contribuido a crear una burbuja informativa en torno al fenómeno emprendedor. En concreto, con el volumen de informaciones publicadas, el enfoque dado y el tratamiento de estos contenidos, se pretende demostrar que la prensa económica digital ha sido fundamental para favorecer el crecimiento de la burbuja en este campo. A partir de este objetivo, se procura definir el concepto de burbuja informativa, detectar en qué medida se ha producido y, por último, si se ha desinflado.

A partir de este objetivo principal, se establecen otros objetivos secundarios como son:

1. Demostrar que el tratamiento de los medios de comunicación influye directamente en la percepción que tienen los ciudadanos del fenómeno emprendedor.
2. Visualizar que el tratamiento del emprendimiento ha sido excesivamente favorable al cruzar los datos con la realidad de la creación de nuevas empresas en España en el periodo analizado.
3. Demostrar que los medios no profundizan al tratar e informar sobre este fenómeno, sino que se limitan a replicar información de agencias o de comunicados de prensa.

Para llegar a estos objetivos, se parte de la visión de que los grupos mediáticos en España han promovido el emprendimiento en su forma de tratar el fenómeno, tal y como sostiene la *teoría de la Agenda-Setting* (McCombs, Maxwell y Shaw, Donald, 1972). En este sentido, se estudian los contenidos que aparecen en las ediciones digitales de la prensa económica especializada (*expansion.com*, *cincodias.com* y *eleconomista.es*), que hacen referencia a cómo los medios influyen en el público directa o indirectamente, dando relevancia a temas o cuestiones que los responsables de medios seleccionan.

El tratamiento de estos temas viene motivado en parte² por la situación económica que se vive en España a partir de 2007, donde la crisis económica lastra el desarrollo del país a todos los niveles, especialmente en la economía y en las cifras de desempleo a partir de ese año y los siguientes (Invertia, 2018). Así, los medios de comunicación españoles, concretamente los especializados, incrementan exponencialmente el número de informaciones que se publican sobre el fenómeno emprendedor e incluso crean secciones *exprofeso* para cubrir la información vinculada a este sector.

Para conseguir este objetivo principal señalado y los secundarios enumerados, se han analizado qué tipo de informaciones comparten los citados medios en torno al fenómeno emprendedor, evidenciando cómo el tratamiento mediático genera una percepción positiva en el público lector, que realiza una correlación del emprendimiento con el éxito fácil y alcanzable. De esta forma, el análisis de las noticias seleccionadas demostrará que un gran porcentaje de las informaciones referencian historias de éxito de personas que han podido llevar a cabo su idea de negocio de forma sencilla e intentando transmitir que emprender es algo fácil y al alcance de todos.

A partir de los campos analizados en las unidades de registro seleccionadas, se ha valorado la profundidad con la que se ha tratado la información. En este sentido, también se ha analizado la cantidad y calidad de las informaciones que hablan sobre emprendedores y emprendimiento en los medios de comunicación digitales económicos y especializados en economía en España, puesto que son los que, por excelencia, hablan de negocios, economía y empresas.

Todo este análisis incluye la revisión de las informaciones publicadas entre 2010 y 2018, periodo en el que se considera que la burbuja informativa del fenómeno emprendedor se crea y desarrolla. El análisis de contenido se realiza en los tres medios de comunicación anteriormente citados, para poder incluso detectar si sus responsables dan continuidad a los temas tratados. Es decir, se analiza el “valor-noticia” definido por Mauro Wolf, que

² VER CAPÍTULO 10, donde los responsables de los medios de comunicación entrevistados exponen su opinión al respecto.

hace referencia a cuándo un asunto se convierte en noticia (Wolf, 1987) y la continuidad que le dan los medios de comunicación a la información.

Del mismo modo, se han llevado a cabo tres entrevistas en profundidad con responsables de los tres medios de comunicación económicos analizados (*cincodias.es*, *eleconomista.es* y *expansion.com*) para conocer qué planteamiento y criterios de selección utilizan para la creación de contenido relacionado con el fenómeno emprendedor. A partir de las conclusiones obtenidas, se atiende al objetivo secundario de esta tesis de hacer una serie de recomendaciones a los medios de comunicación para mejorar el tratamiento de la información relativa al fenómeno emprendedor.

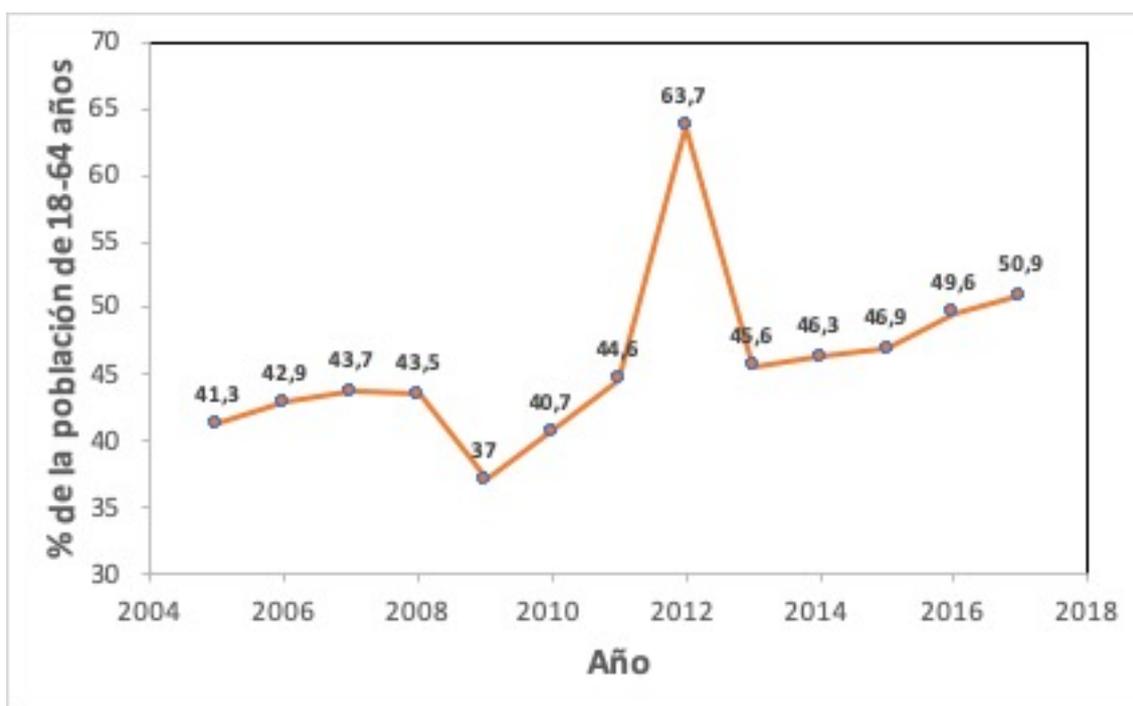
4

PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS

4. Preguntas de la investigación e hipótesis

Como se puede observar en el gráfico 2, desde GEM se ha estudiado anualmente el tratamiento que hacen los medios de comunicación del fenómeno emprendedor, preguntando a los encuestados si los medios cuentan o no casos de éxito relativos a este. Existe un amplio segmento de la población encuestada (tanto de población involucrada como de población que no lo está), que opina que juegan un papel muy relevante en la configuración de las percepciones y opiniones de la población.

Gráfico 2: Evolución de la opinión sobre la difusión del emprendimiento en medios de comunicación (2005-2017) respecto a la pregunta de si los medios juegan un papel relevante en la configuración de opiniones en la población



Fuente: GEM y elaboración propia.

La labor de los medios de comunicación es imprescindible a la hora de transmitir los resultados del proceso emprendedor en un país, y sus noticias tienen también un efecto de red social indirecta, tal y como recoge el informe GEM 2018. Como se puede observar en el gráfico 2, en España, más de la mitad del colectivo emprendedor ha apreciado esta

labor hasta el 2008, cayendo posteriormente la tasa de los que opinan que se está realizando una buena difusión.

La población no involucrada en el proceso emprendedor siempre había quedado por debajo de la involucrada en percibir esta labor, pero en los años 2009 y 2010, supera al colectivo empresarial. A partir de 2011 y también en 2012, el impacto sobre noticias de éxito de emprendimiento muestra un importante salto cuantitativo de 20 puntos, tal y como refleja la encuesta realizada por el GEM en ese año. Este dato refleja un impacto muy positivo en la sociedad, puesto que revela un aumento en la percepción de la difusión de informaciones relativas al objeto de estudio.

Sin embargo, a partir de 2013, decae el porcentaje de encuestados que aprecia que los medios de comunicación tratan el fenómeno emprendedor como un caso de éxito. La cifra se recupera de nuevo en 2014 y 2015. A partir de 2016, la percepción aumenta, y se aprecia cómo los encuestados otorgan a los medios de comunicación un papel relevante que ayuda a legitimar los negocios de los emprendedores, lo que a su vez influye en la percepción de la población sobre su labor.

En el año 2017, se supera el 50% y exactamente el 50,9% de la población considera que en España se ven a menudo historias de los emprendedores que tienen éxito en los medios de comunicación. Pero la población involucrada es la más alejada de estas historias de éxito. En este sentido, una explicación posible a este fenómeno será la gran cantidad de esfuerzo que los poderes públicos realizan para fomentar el emprendimiento (BOE, 2013), y que este esfuerzo se refleje en los medios.

A partir de este planteamiento, la hipótesis principal y el punto de partida de este trabajo doctoral es demostrar que se ha creado una burbuja informativa entorno al fenómeno emprendedor. Esto es, aportar datos basados en el análisis de contenido realizado que fundamentan que los medios de comunicación, concretamente los españoles especializados en información económica en sus versiones digitales, han contribuido a crear una percepción muy positiva para que se considere una opción sencilla, exitosa y alcanzable para todos aquellos que están pensando qué hacer con su futuro. A partir de esta hipótesis planteada, surgen diferentes hipótesis secundarias que van a ayudar a desarrollar la investigación, como son:

- Hipótesis secundaria 1 (HS 1). Los medios de comunicación especializados en información económica cuentan más casos de éxito que fracasos sobre emprendedores, en concreto desde 2011 y hasta 2015 se tratan, sobre todo, historias de éxito.
- Hipótesis secundaria 2 (HS 2). Los medios de comunicación plantean un tratamiento muy positivo de sus informaciones sobre el fenómeno emprendedor.
- Hipótesis secundaria 3 (HS 3). Los autores de los contenidos se limitan a difundir informaciones relacionadas con el ecosistema emprendedor y no profundizan ni realizan seguimiento de cada caso de éxito que relatan.
- Hipótesis secundaria 4 (HS 4). Existe una evolución histórica en la cantidad de informaciones sobre el fenómeno emprendedor en el periodo analizado, y se demuestra que en el centro del periodo (2012-2015) se produce el punto álgido en cuanto a cantidad.
- Hipótesis secundaria 5 (HS 5). No todos los medios de comunicación analizados tratan de la misma forma la información.
- Hipótesis secundaria 6 (HS 6). Los medios de comunicación no cuentan con periodistas especializados que puedan hacer un mejor seguimiento de la noticia.
- Hipótesis secundaria 7 (HS 7). A partir de 2018, la burbuja informativa en torno al fenómeno emprendedor se está pinchando, atendiendo a la evolución económica y del ecosistema emprendedor en España.

5

METODOLOGÍA

5. Metodología: aclaraciones y medios de comunicación seleccionados

El tratamiento que hacen los medios de comunicación especializados sobre el fenómeno emprendedor se ha analizado en el presente trabajo atendiendo a una triple metodología: la revisión de la bibliografía, la metodología de la semana construida en las ediciones digitales de los tres principales medios de comunicación de información económica, *expansión.com*, *cincodias.com* y *eleconomista.es*, por audiencia (OJD, 2010-2014 y Comscore, 2015-2017) unido al análisis de contenido tras el vaciado de la información y las coocurrencias de ítems obtenidos, y, en tercer lugar, las entrevistas en profundidad a los responsables de los medios de comunicación seleccionados.

De esta forma, se produce un acercamiento al fenómeno emprendedor y al tratamiento que le dan los medios de comunicación seleccionados desde el punto de vista teórico con una posterior aplicación práctica de las teorías de comunicación analizadas. Estas dos visiones permiten obtener un análisis completo del tratamiento que hace la prensa económica respecto al emprendimiento.

5.1 La revisión de la literatura

La primera parte de la metodología se basa en analizar las teorías de la comunicación que hacen referencia a cómo los medios de comunicación seleccionan la información y qué hechos se convierten en noticia. De esta forma, se han aplicado teorías vinculadas a la selección y tratamiento de la información al objeto del presente trabajo doctoral. Tras la búsqueda, se tratan cinco teorías que son: la teoría de la *Agenda-Setting*, la teoría del *Gatekeeper*, la teoría del *Framing*, *The Hybrid Media System* y la teoría de los *Sistemas Mediáticos Comparados*.

Las tres primeras y sus autores se acercan desde diferentes prismas a la forma de seleccionar temas que se convierten en noticia y cómo los medios de comunicación y periodistas los trabajan. En cambio, *The Hybrid Media System* examina la influencia que

ejercen los medios de comunicación en un nuevo marco, donde aparecen otro tipo de agentes de influencia, como las redes sociales (Chadwick, 2017). Además, las aportaciones de Hallin y Mancini (2004), contextualizan de forma ajustada a este trabajo doctoral las relaciones establecidas entre poder político, medios de comunicación y profesionalización del periodista. En el presente trabajo, la revisión de la literatura a partir de estas teorías permite sustentar las afirmaciones y análisis obtenido, reforzándolo con investigaciones previas.

Junto con esta revisión de la literatura, se analiza el estado de la cuestión sobre el fenómeno emprendedor, revisando la creación del concepto ‘emprendimiento’ desde sus orígenes, las concepciones y análisis previos del hecho de emprender y los previos realizados hasta el momento entre emprendimiento y medios de comunicación.

5.2 El método de la semana construida

En esta tesis doctoral, los términos seleccionados para proceder a la búsqueda de artículos han sido: ‘emprendedor’, ‘emprender’, ‘emprendimiento’ y ‘autónomo’. Al abarcar en esta tesis doctoral un periodo de tiempo tan amplio (2010-2018), la cantidad de artículos de prensa encontrados para analizar es considerable y dificulta su análisis. En esta situación, se ha decidido seleccionar una técnica de muestreo de *constructed week sampling* (Riffe, Aust y Lacy, 1993).

La semana construida es un método de análisis que permite revisar y hacer un vaciado de contenido a una gran cantidad de ítems sin revisarlos todos. Para ello, se plantea analizar los ítems recuperados en función de los términos seleccionados en uno de cada ocho días de un año, de forma que de cada semana se analiza un día de diferente de información. Se selecciona el lunes de la primera semana del periodo elegido, el martes de la segunda y así sucesivamente.

De esta forma, la muestra de textos que se analizan se reduce a menos de una cuarta parte del total y se garantiza su representatividad dado que se evitan distorsiones propias de un momento informativo reducido, al tiempo que se conservan las marcas de la pauta editorial. (Riffe, 1993). El método de la semana construida se ha mostrado eficaz en el análisis de grandes cantidades de artículos de prensa, como el caso actual. En este sentido, se ha utilizado la variante tradicional de semana construida (Hester y Dougall, 2007),

aunque existen otros autores (Connolly-Ahern, Ahern y Sevick Bortree, 2009) que aconsejen crear semanas basadas en trimestres.

Se ha optado por la búsqueda de estos términos solo en el titular, puesto que, tal y como consideran Alarcos (1977) y Cuadrado (2016), la función del titular es ser el avance del contenido que más adelante se plantea y proporciona un resumen de éste. En el periodo seleccionado, siguiendo el método de la semana construida, se han extraído para analizar 1.148 artículos.

La metodología de la semana construida logra superar varios problemas:

- Asumir la variación cíclica que pueden tener los diarios de una semana a otra, ya que hay semanas más ricas en historias que otras.
- Se soluciona el inconveniente de las diferencias en contenidos entre los distintos días de la semana.
- La muestra de textos se reduce al tiempo que se garantiza su representatividad en relación con las variaciones de la información diaria.

A continuación, se recogen en la tabla 1 la selección de días que se han analizado.

Tabla 1: Días seleccionados para el análisis (2010-2018)

2010						
ENERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
FEBRERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
MARZO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				
ABRIL						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		
MAYO						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						
JUNIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
JULIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	
AGOSTO						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					
SEPTIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			
OCTUBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
NOVIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
DICIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

2011

ENERO

L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

FEBRERO

L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

MARZO

L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ABRIL

L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

MAYO

L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

JUNIO

L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

JULIO

L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

AGOSTO

L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

SEPTIEMBRE

L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

OCTUBRE

L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

NOVIEMBRE

L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

DICIEMBRE

L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

2012

ENERO

L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

FEBRERO

L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29				

MARZO

L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

ABRIL

L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

MAYO

L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

JUNIO

L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

JULIO

L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

AGOSTO

L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

SEPTIEMBRE

L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

OCTUBRE

L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

NOVIEMBRE

L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

DICIEMBRE

L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

ENERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

FEBRERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

MARZO						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ABRIL						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

MAYO						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

JUNIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

JULIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

AGOSTO						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

SEPTIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

OCTUBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

NOVIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

DICIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

ENERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

FEBRERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

MARZO						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

ABRIL						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

MAYO						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

JUNIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

JULIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

AGOSTO						
L	M	Mi	J	V	S	D
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

SEPTIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

OCTUBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

NOVIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

DICIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

ENERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

FEBRERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

MARZO						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

ABRIL						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

MAYO						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

JUNIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

JULIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

AGOSTO						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

SEPTIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

OCTUBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

NOVIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

DICIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ENERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

FEBRERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29						

MARZO						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ABRIL						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

MAYO						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

JUNIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

JULIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

AGOSTO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

SEPTIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

OCTUBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

NOVIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

DICIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

2017

ENERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

FEBRERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

MARZO						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

ABRIL						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

MAYO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

JUNIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

JULIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

AGOSTO						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

SEPTIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

OCTUBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

NOVIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

DICIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

2018

ENERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

FEBRERO						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

MARZO						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

ABRIL						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

MAYO						
L	M	Mi	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

JUNIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

JULIO						
L	M	Mi	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

AGOSTO						
L	M	Mi	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

SEPTIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

OCTUBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

NOVIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

DICIEMBRE						
L	M	Mi	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Fuente: Elaboración propia.

Cada uno de los ítems recuperados en la búsqueda se ha registrado en una hoja de Excel, añadiendo a continuación una serie de campos a analizar, susceptibles de aportar conclusiones que ayuden a demostrar la hipótesis planteada. Ha sido necesario revisar los resultados puesto que han aparecido 56 noticias erróneas o a las que no se podía acceder porque el sistema no permitía su recuperación ni tampoco aparecían introduciendo los datos en el buscador.

5.3 Análisis heurístico de la información

Desde esta perspectiva, se busca ir más allá del análisis cuantitativo que se produce con el método de la semana construida y conseguir, de esta forma, un análisis cualitativo. En este punto, este trabajo doctoral se basa en la visión del análisis crítico del discurso que promulga Teun Van Dijk (2002), quien señala que la interpretación que se hace de los datos está inextricablemente unida al contexto social y lingüístico. En este caso, se interpretan los datos que se han obtenido mediante una metodología cuantitativa.

Los datos recabados sobre el fenómeno emprendedor se sustentan en una base lingüística (emprendedor, emprendimiento...) y, a su vez, se interpretan de forma automática (bueno, positivo...) dentro de un contexto social, dado que socialmente ‘emprender’ es una acción que se percibe como positiva. A partir de los resultados, se interpretan los datos obtenidos y el análisis que desvelan los cruces de datos para ahondar más en el tratamiento que hacen los medios de comunicación especializados al fenómeno emprendedor y así descubrir si existe una burbuja informativa en torno al mismo.

Junto a esta herramienta, se ha procedido a llevar a cabo una serie de entrevistas en profundidad a los responsables de los medios de comunicación seleccionados para conocer cómo han trabajado el contenido relacionado con el fenómeno emprendedor y si este tipo de informaciones han recibido un tratamiento diferente y por qué motivo. Para la realización de las entrevistas, ha sido de gran ayuda el análisis cuantitativo y cualitativo llevado a cabo previamente. Una vez que se ha optado por un diseño cualitativo de investigación se plantea la necesidad de buscar la técnica más apropiada para el desarrollo de los objetivos propios de la investigación que nos ocupe.

Tal y como señala Merayo (2003), la entrevista en profundidad es una forma poco estructurada que permite recopilar información y registrar variables no contempladas en la investigación inicial. Uno de sus aspectos más relevantes es la interacción que permite y la gran cantidad de datos sobre materias sobre las que los entrevistados tienen un conocimiento directo.

Esta técnica de investigación cualitativa permitirá, a partir de un guión preestablecido, pero no fijo, ahondar en la cuestión planteada a cada uno de los entrevistados, en este caso, responsables de los medios de comunicación analizados. Tal y como indica Carmona y Flores (2007), la entrevista en profundidad implica que se establezca una relación especial entre entrevistador y entrevistado, donde se den el entendimiento y la confianza mutua. Del mismo modo, esta técnica propone no emitir juicios sobre el entrevistado y transmitir simpatía y comprensión para que se exprese con confianza.

5.4 Justificación de la elección de los medios de comunicación para el análisis

Para la elección de los medios de comunicación españoles objeto de análisis, se han tenido en cuenta dos premisas:

1. La representatividad de los medios de comunicación.
2. La importancia de la información periodística especializada.

En este sentido, y para hablar de emprendimiento, la prensa diaria especializada económica es la más acertada, puesto que en muchas ocasiones tienen hasta secciones especializadas en emprendedores, empleo, pymes... como ha ocurrido históricamente con *Expansión* o *El Economista*.

Se han seleccionado los medios de comunicación diarios económicos *Expansión*, *Cinco Días* y *El Economista*, que son las tres principales cabeceras de información económica diaria en España, atendiendo a su difusión y audiencia (Guía de Medios, 2018). Además, se ha utilizado como referencia la web Rankia, que analiza las webs financieras más visitadas, donde estos medios también ocupan los tres primeros puestos.

Tabla 2: Ranking de las webs financieras más visitadas en España, según Rankia.com (2012)

Nº	Web	Empresa propietaria	Puesto
1	eleconomista.es	Ecoprensa, SA	38
2	expansion.com	Unidad Editorial Internet SL	54
3	cincodias.es	Grupo PRISA	128
4	invertia.com	Telefónica de España SAU	157
5	rankia.com	Rankia SL	211
6	cotizalia.com	Titania Compañía Editorial SL	215
7	intereconomia.com	Intereconomía Corp. SA	253
8	finanzas.com	Vocento	460
9	bankimia.com	Cablere Negocios SL	557

Fuente: Rankia.com, a partir de datos de Alexa.com, 3 de julio de 2012 y elaboración propia.

Por otra parte, la importancia de la información periodística especializada reside, tal y como señalan Fernández y Esteve (1993), en que los medios de información económica se dirigen a una audiencia muy concreta interesada en este tipo de contenido y que, además, cuenta (la audiencia) con los conocimientos técnicos necesarios sobre la materia.

Además, la información periodística especializada, como defiende J.M. Sanmartí (2003) es el instrumento mediante el cual los medios de comunicación abordan los problemas derivados de la especialización del conocimiento en general, su desconexión con la sociedad (cuanto más especializado es, más desconectado de la realidad está) y la consiguiente pérdida de una visión global de la información.

Por tanto, el periodismo especializado constituye el nexo entre el conocimiento y la sociedad, ya que le informa sobre aquellas cuestiones que desconoce. Por tanto, sirve para trasladar a la sociedad las noticias o acontecimientos que surgen en estratos superiores, y también trata de que el periodismo entre en el mundo de la especialización (Sanmartí, 2003).

Se han analizado las versiones digitales de los tres medios económicos (*Expansión*, *Cinco Días* y *El Economista*), atendiendo al uso cada vez mayor de internet. Así, según los datos del EGM (Estudio General de Medios), en 2013 se consolida la tendencia al alza de internet como uno de los principales canales de comunicación, situando su penetración en el 50,7%, mientras que en 2008 era de tan solo el 28,3%. Este dato sitúa al medio online muy por encima de los diarios impresos, los suplementos, las revistas o el cine.

Esta tendencia también se ve reflejada en las ediciones digitales de los tres diarios estudiados, que en los últimos años han visto crecer su número de lectores. Según ComScore, a junio de 2013, es decir, durante el periodo de análisis, *eleconomista.es*, que es el portal líder, recibió más de 11,4 millones de visitas; *expansion.com*, alrededor de 7,4 millones de visitas, y *cincodias.es*, 4,9 millones (ComScore, 2013).

Y del mismo modo, se ha seleccionado la versión online de estos medios por ser la más accesible y porque la prensa escrita, en todos los ámbitos, y especialmente en el económico, no es ajena a la crisis que atraviesa el sector de los medios de comunicación (APM, 2013). La caída se acentúa desde 2007, cuando se alcanzaron los 1,4 millones de ejemplares en este tipo de prensa especializada, hasta registrar en 2012 unas ventas de un millón de ejemplares, lo que implica una caída del 26,32 % en las ventas y 365.846 ejemplares menos, según los datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD, 2012).

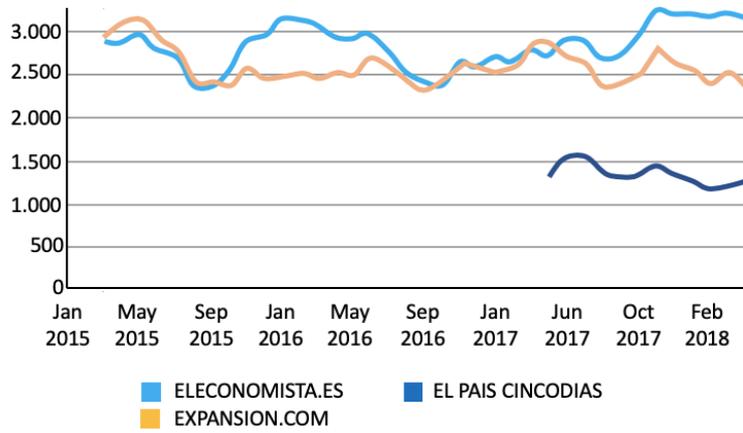
De los tres diarios económicos impresos, *Expansión*, líder del segmento, es el que más ejemplares ha perdido desde 2007. La cabecera, editada por Unidad Editorial y de difusión de pago, vendió en 2012 un 32,42 % menos de copias que en 2007, anotando un descenso diario medio de 16.250 ejemplares, hasta situarse en las 33.878 unidades como promedio en 2012. Por su parte, *Cinco Días*, editado por el Grupo Prisa y de difusión combinada, presentó una caída menor en el mismo periodo, pasando a vender 9.436 ejemplares y un 23,27 % menos que en 2007.

Con una trayectoria más estable, le siguió *El Economista*, editado por Ecoprensa y de difusión combinada, que perdió 4.801 ejemplares diarios, un 19,11 % menos, registrando en 2012 una difusión diaria media de 20.326 copias. Desde su fundación en febrero de 2006, su pico más alto de ventas lo obtuvo en 2008, cuando sumó 29.320 ejemplares de media. Los datos analizados indican una tendencia decreciente en el mercado de los diarios económicos impresos, tanto en la venta de ejemplares como en publicidad. Sin embargo, el comportamiento de las ediciones digitales de los medios está siendo más positivo.

En 2017, se puede contrastar que *Expansión* corrobora su liderazgo de audiencia en Internet. *Expansion.com* es el diario económico con mayor audiencia en Internet, según

los últimos datos del EGM, con 734.000 visitantes únicos, casi 100.000 más que *eleconomista.es* y 500.000 más que *cincodias.com* (primer semestre de 2017).

Gráfico 3: Visitantes únicos en los tres principales medios sectoriales económicos (2015-2018)



Fuente: Comscore (2018) y elaboración propia.

6

MARCO TEÓRICO

6. Marco teórico: teorías de la información y comunicación aplicadas al trabajo doctoral

Esta tesis doctoral parte de la hipótesis de que existe una burbuja informativa en torno al fenómeno emprendedor. Los medios de comunicación aumentan de forma exponencial los casos de éxito que relatan del emprendimiento, mientras que la cifra de autónomos entre 2009 y 2018 se incrementa un 1,3% (ATA, 2018), pasando de 3.208.725 autónomos en 2009 a 3.251.944 en 2018.

Durante este periodo, los medios de comunicación se han constituido como el caldo de cultivo que ha favorecido el crecimiento de esta burbuja alrededor del emprendimiento, al tratar positivamente los contenidos vinculados al ecosistema emprendedor. Los responsables de los medios de comunicación aducen la ‘necesidad’ de contar historias de éxito a su audiencia, preocupada por la situación económica de España en ese periodo, durante el cual las informaciones económicas se centran en temas como el desempleo, reducción del PIB, cierre de empresas, ERE’s, etcétera.

Los grupos mediáticos han promovido con sus contenidos el aumento del emprendimiento: su forma de tratarlo, tal y como sostiene la Teoría de la Agenda-Setting (McCombs y Shaw, 1972), hace referencia a la capacidad de persuasión de los medios de comunicación que pueden decidir qué argumentos forman parte de la agenda ciudadana. “Su nombre metafórico proviene de la noción de que los *mass-media* son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad” (McCombs, 1996:17).

Aplicado al objeto de este estudio, se explica que son los medios de comunicación españoles y sus responsables los que, en un momento determinado, deciden elevar a la categoría de noticia contenidos relacionados con el emprendimiento y los emprendedores. El punto de partida de esta tesis es, precisamente, la detección de que, a partir de 2010, las cabeceras aumentan el espacio o crean secciones dedicadas exclusivamente a los emprendedores.

Uno de los responsables de la sección de Emprendimiento de Expansión sostiene esta hipótesis: “Si creamos la sección precisamente en 2012, fue al calor de todo el interés que se estaba suscitando. Se llamaba ‘emprendedores y empleo’, y fue la evolución de un suplemento anterior llamado ‘expansión y empleo’. Apenas duró tres o cuatro años y se decidió volver al nombre original. Ahora solo sacamos el suplemento en digital” (Responsable de Emprendedores de Expansión, 2019).

Como se verá a continuación en el capítulo 9 en el gráfico 10, desde el año 2011, el incremento de contenido relacionado con el fenómeno emprendedor crece de forma exponencial: de 2011 a 2012, el aumento en cantidad de unidades de análisis es del 53,8%, mientras que de 2012 a 2013 el crecimiento es del 108,33%, manteniendo de 2013 a 2017 una media de 100 artículos anuales, para volver a caer en 2018 un 76,26%.

Pero este análisis pretende examinar si, a la hora de seleccionar los contenidos relacionados con el emprendimiento, se siguen directrices concretas a favor o en contra de promocionarlo. ¿Siguen estos medios indicaciones de otras instituciones? ¿Se ha declarado tácitamente que los medios deben postularse a favor del fenómeno emprendedor? Según Noam Chomsky, la *Agenda-Setting* es un acuerdo que se produce entre los gobernantes de un país y los medios de comunicación para trasladar a la audiencia solo los mensajes que interesan y además no difundir lo que pueda ser contraproducente para la tranquilidad y estabilidad del país (Chomsky, 1992).

El responsable de Expansión entrevistado para este trabajo doctoral reconoce que “en la época más dura de la crisis, la norma era tratar de contar cosas positivas... se buscaba dar una bocanada de aire fresco”, al ser preguntado si existía alguna consigna respecto al tratamiento de mayor cantidad de casos de éxito relativos a las informaciones del fenómeno emprendedor (responsable de Emprendedores de Expansión, 2019). El análisis realizado demuestra que es así, puesto que casi el 25% de los ítems objeto de estudio corresponden a ‘casos de éxito’, una cifra que se eleva al 32,3% de las unidades de registro en el caso de *expansion.com*.

Un ejemplo sería:

Titular: *Emprender es el mejor trampolín para ser jefe*

Texto: [...] Emprender desde dentro es una clara oportunidad para sacar partido a los conocimientos internos, a un entorno laboral conocido y a la posibilidad de

crear un equipo de trabajo que preste servicio a unos clientes que ya conoces”, explica Arancha Torres, directora de capital humano de PwC.

Entre los inconvenientes, Julen Ortiz de Murúa, experto en planificación estratégica de la innovación y coach, menciona “la usurpación de la idea y del proyecto, y el déficit de recursos por parte de la organización para desarrollar la idea en los tiempos de maduración requeridos para el éxito”. ¿Se puede llegar a jefe? Aunque no es una consecuencia inmediata, Torres reconoce que sí allana el camino para ascender: “Algunos de los que lideran los proyectos que tenemos en nuestro iMarket, bolsa de nuevas iniciativas, pueden llegar a ser directores o socios, según la buena marcha de su negocio” [...]

(expansion.com, 11/12/13)

Según recoge el informe GEM 2018 (GEM, 2018:50), los diferentes gobiernos del periodo analizado están interesados en trasladar a través de los medios de comunicación una imagen del emprendimiento positiva y de grandes posibilidades de éxito. Esta visión optimista de emprender puede llevar a más ciudadanos a optar por este camino y a reducir las listas de desempleados (Ortega, 2017).

Siguiendo el planteamiento de la teoría del *Framing* (Goffman, Ervin, 1981), estas cabeceras han tratado de condicionar la opinión del lector/audiencia ante los contenidos relacionados con emprendedores, contribuyendo claramente a que sean vistos de forma positiva. Así, la teoría del *Framing* apunta a que los medios de comunicación conceden mayor importancia y foco a la percepción de un tema, que acaba probando una opinión concreta de la audiencia sobre este tema.

6.1 La teoría del Gatekeeper

¿Quién es realmente quien decide qué noticias leemos y cuáles no? En 1947, el psicólogo Kurt Lewin acuña el concepto de *gatekeeper*, que asume el medio o redactor, y cuya función es decidir si una noticia contiene elementos relevantes para ser considerada como tal. El autor pone el foco en que el *gatekeeper* toma las decisiones y estas “dependen en parte de su ideología, es su sistema de valores y creencias que determina lo que consideran como ‘bueno’ o ‘malo’, y en parte de la manera en que perciben su situación particular” (Lewin, 1947:5).

La persona que ocupa esa función no necesariamente es la misma en todos los medios de comunicación: puede ser el director, redactor jefe o bien un redactor sin más responsabilidad. De hecho, actúan como *gatekeeper* el director del medio y también el redactor de este. Y, además, la función del *gatekeeper* viene condicionada por el espacio disponible para la noticia y por el momento en que esta llega a sus manos (Lewin, 1947).

Durante varias décadas, la inmensa mayoría de los investigadores positivistas se dedicaron a realizar estudios de audiencias, ya que realizaban investigación patrocinada por los propios medios o por sus anunciantes, y eso los condicionaba a centrarse en esta parte del proceso de la comunicación. La teoría del *Gatekeeper* o guardabarreras reflejaba una preocupación inicial por analizar la manera en que los editores de las diferentes secciones de un periódico seleccionaban ciertas noticias y rechazaban otras. Así, David Manning White propuso en 1950 que esta teoría es del proceso de selección y rechazo de las notas nacionales que llegaban a la redacción de un periódico norteamericano. White descubrió que cerca del 90% de las noticias recibidas de las agencias informativas no se utilizaba (Manning, 1950).

En el caso del fenómeno emprendedor, se observa con contundencia en el análisis cuantitativo llevado a cabo³ que el 92% de los ítems tratan dicho asunto de forma ‘positiva’, contando casos de éxito o explicando las bondades de emprender, lo que refleja que los responsables de seleccionar los temas que se convertirán en noticia han optado por contar las historias más positivas.

Un ejemplo sería:

Titular: *El emprendedor Jeff Wu recauda un millón de dólares con el robot Anova Precision Cooker*

Texto: ¿Qué harías con un millón de dólares? ¿Viajarías por todo el mundo, realizarías inversiones, harías realidad varios sueños...? Desde luego, son pocas las personas que no han pensado, en alguna ocasión, en la gran cantidad de cosas que podrían hacer con tal suma de dinero entre las manos.

³ Puede verse en el capítulo 9.

*Entre ellas, encontramos al **emprendedor Jeff Wu**, un empresario que nos ha demostrado que recaudar un millón de dólares con trabajo y esfuerzo es posible [...]*

(eleconomista.es, 31/07/14)

6.2 La teoría del establecimiento periodístico de temas

La teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión, también conocida como teoría de la *Agenda-Setting*, defiende que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre sus audiencias. Esto es porque son capaces de dirigir qué historias poseen interés informativo, cuánto espacio ocuparán en su medio y qué importancia tendrán (McCombs y Shaw, 1972).

En este sentido, la teoría de la *Agenda-Setting* también marca, a modo de exclusión, qué informaciones no son noticia. En definitiva, esta teoría postula que son los medios de comunicación y sus periodistas quienes, a través de la elección de los sucesos que son noticias, influyen en la agenda del público. El aspecto más relevante de la *Agenda-Setting* es la capacidad que tienen los medios de comunicación para graduar la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia.

Además, existe un oligopolio de medios que controlan la opinión pública y son capaces de filtrar la actualidad a partir de unos criterios de publicación. Del mismo modo, los responsables de estos medios deciden qué temas excluir de la agenda. Esta teoría también analiza el impacto de la prensa (impresa, electrónica) y la información que esta maneja en el público, además del análisis de las audiencias.

Su principal preocupación es analizar cómo la información de los medios masivos (agenda) influye en la opinión pública, y las imágenes que se crean en la mente de la audiencia de tales informaciones. Para la *Agenda-Setting*, los medios de comunicación van más allá de ser un proveedor de contenidos e información. Lo que acontece a nuestro alrededor es diferente no solo en función de quienes somos por ideología e intereses particulares, sino también por la configuración que han hecho los medios pertinentes del suceso.

La teoría de la *Agenda-Setting* se refiere a cómo los medios influyen en el público directa o indirectamente, y no solo en las opiniones o dictámenes que estos lanzan. En 1972, McCombs y Shaw explicaban cómo la audiencia consideraba unos temas más relevantes -la agenda del público- que otros, de forma directamente proporcional a la importancia que le daban los medios -la agenda de los medios-, aunque estos no fueran quienes decidan por la audiencia cuál será la actitud o decisión de estos asuntos que proponen como agenda.

La principal consideración de esta teoría es la capacidad de los *mass-media* para medir la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, impacto y una determinada conciencia sobre la noticia, y la inclusión o exclusión de determinados temas. Es decir, los temas que son relevantes para los medios se convierten en importantes para el público. El nombre *Agenda-Setting* no posee una traducción consolidada al español. Así, se han utilizado en la literatura términos como ‘función del establecimiento de una agenda temática’ o variaciones como ‘jerarquización de noticias’ o ‘canalización periodística de la realidad’, entre otras.

La teoría de la *Agenda-Setting* es el resultado experimental de una tesis que, a manera de metáfora, planteó Cohen: los medios informativos pueden no acertar al decir a la audiencia cómo pensar sobre un determinado tema, pero sí cuando dicen sobre qué pensar. La alianza planteada entre gobiernos y medios de comunicación que detecta Noam Chomsky, permite a estos últimos comunicar solo lo que interesa y dejar oculto aquello que pueda romper la estabilidad de un país (Chomsky, 1992).

Este autor detecta cuatro factores que son responsables del establecimiento de los temas que serán noticia: son los acuerdos entre grupos mediáticos y gobiernos; el establecimiento de prioridades informativas; cómo se canaliza la información y se redimensiona y, por último, el espacio y/o tiempo que se le da a la noticia.

Con estos parámetros, los autores de la *Agenda-Setting* detectan tres mecanismos que permiten modelar la noticia y son los referidos a:

- Espacio: Tamaño, extensión o tiempo que se le dará a una noticia.

- Momento: No existe el mismo consumo de información todos los días. También se refiere al seguimiento de la información y si se ha replicado y dado seguimiento.
- Ubicación: Se refiere a la parte en la que fue incluida la noticia. No es lo mismo hacerlo en portada de un periódico o al inicio de un informativo, que al final.

En el ámbito digital, los tres parámetros funcionarán de forma similar, con el añadido de que se puede saber el efecto e interés que despiertan en la audiencia, a través de los datos analíticos.

Como destaca Wolf, la *Agenda-Setting* sostiene que “como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido” (Wolf, 1987:163).

Mc Combs y Shaw (1972), por su parte, atribuyen una serie de características a la *Agenda-Setting*, que son:

1. Los ciudadanos solo conocen lo que los medios de comunicación les ofrecen, ignorando el resto de las informaciones o sucesos.
2. Según la importancia que den los medios de comunicación a una noticia o a otra, su audiencia hará lo mismo.

McCombs y Shaw (1972) centran su estudio en la influencia que los contenidos de los medios ejercen sobre las preocupaciones de la audiencia, así como en sus argumentos de debate, o sobre la gestión de sus intereses, etcétera. La elaboración de agendas está en la base de la sociología política y es especialmente intensa en las etapas electorales, en las que los políticos, a través de los medios, buscan mantener el interés y el pulso de opinión en torno a los temas que son objeto de su programa.

Por su parte, Bernard Cohen (1963) pone el foco en dos aspectos destacados de la *Agenda-Setting*, evaluando así su impacto:

1. Lo que no entra en la agenda de los medios no existe.

2. Los aspectos que seleccionan y en los que ponen su atención los medios afectan la percepción que tiene el público respecto de estos asuntos.

Cohen, en este sentido, también enfatiza que, la forma de determinar cómo se encuadra un asunto puede afectar significativamente al desenlace. Y, además, los mensajes mediáticos afectan de distinta manera a diferentes personas, que estarán limitadas a la información que les faciliten los medios de comunicación masivos. Por el contrario, Cohen destaca que es muy difícil que los lectores puedan pensar o analizar los temas omitidos por los medios.

Por último, es importante resaltar que el efecto de la agenda se manifiesta con mayor fuerza en la medida en que los espectadores tienen menos conocimientos del asunto sobre el cual los medios quieren influir. Es decir, las personas más informadas son más difíciles de manipular. En este sentido, es destacable cómo evoluciona el número de informaciones a lo largo del periodo analizado.

Así, tras el análisis que se desarrolla en el capítulo 9, se observa que en el año 2010 no aparece ninguna información relacionada con los términos buscados, pero el incremento es muy elevado en poco tiempo. De 2011 a 2012, el número de ítems crece un 53,8%, mientras que de 2012 a 2013 el aumento es del 108,33%. Entre 2014 a 2016 cae la cantidad de contenidos relacionados con el emprendimiento un 12,8% en ese año y un 1,83% en 2015, mientras que en 2016 desciende un 10,28%. Por último, repunta en 2017 un 44,79% para volver a caer en 2018 un 76,26%.

Estos datos revelan que los medios, en función de sus intereses, deciden qué temas deben ser parte de su agenda para posteriormente formar parte de la agenda pública de los ciudadanos. Relacionada con esta aportación, está la teoría del cultivo, acuñada por George Gerbner, quien ya avanzaba que los medios de comunicación son capaces de ‘cultivar’ una forma concreta de pensamiento, unida a unos valores concretos para una cultura, especialmente la televisión (Gerbner, 1998). Así, los responsables de los medios de comunicación deciden cuánta atención dedican a ciertos hechos, personas o instituciones, ‘cultivando’ un modo particular de ver la sociedad, sus tendencias, el puesto que da a determinados grupos, etcétera. (Sorice, 2005).

6.3 La teoría del encuadre de temas o Framing

La llamada teoría del *Framing* es la selección y foco que los medios de comunicación ponen en una determinada información y que promueven claramente en la audiencia una opinión particular del asunto en cuestión (Goffman, 2006). El origen de esta teoría se remonta al ámbito de la psicología y es Erving Goffman quien añade los matices sociológicos que el término adoptará en los medios de comunicación. Su traducción hace referencia al ‘enfoque’, ‘encuadre’ o ‘marco’, que nos permite dar un esquema o estructura mental que incorpora los datos objetivos.

La trayectoria e historia de la comunicación ha analizado de forma profunda la relación entre verdad e información. En los años 60, la corriente del objetivismo propició la creencia de que los hechos son sagrados y las opiniones libres. Con esta sentencia, se aseguraba que el periodista no podía intervenir en la información. De esta forma, cada información bien elaborada solo podía ser un fiel reflejo de lo acontecido.

Pero la teoría del *Framing* vino a romper con las pretensiones objetivistas al introducir el elemento subjetivo como parte esencial en el proceso de comunicación. Las noticias no son un reflejo de la realidad sino una representación de esta. Los periodistas, afectados por factores como ideología, cultura, creencias religiosas, experiencias y vivencias personales, construyen la realidad desde un punto de vista necesariamente subjetivo.

Y no solo es el periodista quien en su acontecer diario enfoca la información, sino que la concepción del *Framing* puede trasladarse a los distintos niveles del proceso informativo, de modo que cualquiera de los elementos que intervienen en el mismo puede enfocar o encuadrar la información. En las últimas décadas, la teoría del encuadre o *Framing* se ha convertido en uno de los puntos de referencia de los teóricos de la comunicación.

Para entender su desarrollo, resulta necesario profundizar en sus orígenes interdisciplinarios y en su evolución. Un análisis que conduce a una reflexión sobre su conveniencia para explicar el fenómeno de los medios de comunicación social. La teoría del *Framing* trabaja desde la sociología interpretativa y la teoría de la comunicación, buscando una explicación hacia la construcción social de la realidad, llegando a la conclusión de que los medios proponen una interpretación de la realidad que se sostiene

en una serie de estereotipos que conectan con el espectador y lo hacen de forma automática: las condiciones de consumo mediático. Tal y como señala Entman:

“Seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de modo que se promueva una determinada definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (Entman, 1993: 52).

A principios de los años 90, se definía el encuadre o *Framing* como un proceso durante el que se pone el foco en ciertos aspectos de la realidad, a los que se les da mayor importancia. Es lo que ocurre con el tratamiento que hacen los medios de comunicación analizados con el fenómeno emprendedor, otorgando mayor importancia a los ‘casos de éxito’ (cerca del 25% de los ítems analizados) o a las ‘iniciativas públicas’, ‘privadas’ o ‘mixtas’ (56,5% de las unidades de registro).

El análisis de contenido llevado a cabo revela que el encuadre realizado por los medios de comunicación seleccionados pone el foco en destacar ejemplos de emprendedores con éxito y difundir iniciativas públicas y privadas para el fomento del emprendimiento. Un ejemplo sería:

Titular: *La Fundación Banesto premia al emprendedor más brillante de 2011*

Texto: El proyecto Ecofriend desarrollado en el centro de alto rendimiento de Girona de Marc Capilla ha resultado vencedor de la edición YUZZ 2011. El programa de la Fundación Banesto, YUZZ, vivero de formación y asesoramiento para jóvenes de 18 a 30 años con ideas de base tecnológica, ha permitido viajar a Silicon Valley -como broche final a su proceso de formación- a los finalistas de los 17 proyectos seleccionados [...].

(cincodias.com, 08/02/12)

El artículo no hace ninguna referencia a qué sacrificios o metas ha tenido que superar para llegar hasta donde está, la inversión realizada y si el proyecto es rentable. Así, éste es uno de los ejemplos recogidos en este trabajo doctoral que demuestra cómo se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que se les dota de mayor relevancia, de forma que acaban siendo un modelo para seguir (Entman, 1993).

En este sentido, y tras el análisis de contenido llevado a cabo y reflejado en el capítulo 9, se observa que las unidades de registro calificadas como ‘fracaso’ son escasas,

alcanzando el 2,6% de los ítems. Incluso se puede advertir que el número recogido de forma anual apenas varía e, incluso, desciende en los años en los que se incrementan los casos de éxito.

Pero no es el único cruce de datos que aporta valor: también es importante destacar que, en los años centrales de la denominada burbuja informativa del fenómeno emprendedor, se observa que crece el número de informaciones relacionadas con la cantidad de ‘iniciativas públicas’ y ‘privadas’ que los medios de comunicación han recogido en estos años, como se verá posteriormente en el capítulo de análisis de datos.

6.4 The Hybrid Media System

Estas teorías anteriormente vistas, acuñadas a lo largo del siglo XX, siguen vigentes en la actualidad, pero se completan con una visión actualizada del papel de las redes sociales frente a los medios de comunicación. Los medios convencionales sin duda continúan ocupando una posición central en el sistema, pero funcionan en un escenario de naturaleza híbrida, tal y como define Andrew Chadwick en su obra ‘The Hybrid Media System’. En ella, Chadwick defiende que, en el mundo actual, los medios de comunicación tradicionales conviven con los nuevos medios y formas de comunicación en internet. (Chadwick, 2013).

Así, este sistema híbrido plantea procesos de comunicación a menudo divergentes del modelo, más claro y simple, de la comunicación tradicional entre emisores de la información y espectadores a través de un intermediario privilegiado (los medios). Por el contrario, el sistema de comunicación definido por Chadwick se basa en diversos ejemplos del funcionamiento de este sistema híbrido, muchos de ellos ligados con procesos electorales.

De ellos se infiere que, a pesar de los profundos cambios vividos en el ecosistema comunicativo, las principales instituciones mediáticas continúan siendo las que ya lo eran en el modelo anterior. En definitiva, son los grandes medios quienes siguen marcando la agenda y condensando la atención del público y la influencia social. Además, lo hacen incluso aunque para ello deban adaptarse al nuevo entorno, generando versiones digitales de medios convencionales que operan en Internet ofreciendo contenidos en esencia similares a los del medio fuente (Chadwick, 2013: 86-88).

Sin duda, el papel que los medios de comunicación desempeñan en la creación de una burbuja en torno al fenómeno emprendedor, deberá seguir estudiándose en los próximos años. Los datos recabados y analizados a cierre de 2018 apuntan a que la citada burbuja podría estar desinflándose, como más adelante se concluye. Pero es necesario seguir estudiando y analizando su comportamiento, el tratamiento que realizan los medios de comunicación y cómo evoluciona el sector emprendedor para continuar a partir de las conclusiones obtenidas en este trabajo doctoral.

6.5 La teoría de los sistemas mediáticos comparados

Las aportaciones de Hallin y Mancini (2004) al presente trabajo doctoral hacen referencia a la relación que se establece entre medios de comunicación, poder político y papel de los periodistas en el desarrollo de su trabajo. Así, estos teóricos apuntan a que existen cuatro dimensiones principales a estudiar que son: la estructura de los medios de comunicación, el paralelismo político, el profesionalismo periodístico, y la intervención estatal en los medios de comunicación;

En cada una de estas dimensiones, los autores analizan variables tales como:

- **Medios de comunicación:** Centrándose en la prensa escrita, analizan algunas variables que pueden influir en cómo es el medio tales como: tirada, relación medio y lectores, diferencias de género, importancia del medio como fuente de noticia, ratio local, regional, y nacional, separación entre prensa de prestigio y sensacionalista, etcétera.
- **Paralelismo político o influencia de la política en los medios:** cómo influye la orientación política en el contenido de los medios, la tendencia de los representantes de los medios a formar parte de la vida política, partidismo de la audiencia del medio, papel de los periodistas respecto a su posicionamiento y función, pluralismo del medio, etcétera.
- **Profesionalismo e independencia periodística:** Grado de autonomía del periodista, normas y reglas profesionales, posicionamiento del servicio público respecto a los periodistas.
- **Participación del Estado:** se analiza la censura u otro tipo de presión política, fundación de medios con subsidios económicos, cómo se organizan los propietarios de medios, o que leyes o licencias les rigen.

A partir de estas dimensiones, los autores analizaron cómo aplica a cada zona geográfica y concretamente al sur de Europa (España y Francia), arroja un marco de interrelación de las cuatro variables en el que destacan características comunes como una prensa escrita muy orientada políticamente a las élites económicas y sociales; prensa con escasa circulación, un periodismo muy orientado al comentario u opinión, y la intervención del Gobierno en el modelo periodístico.

A lo largo de este trabajo doctoral, se expondrán diferentes análisis y argumentos que tienen como punto de partida la interconexión entre los diferentes estamentos anteriormente explicados.

7

ESTADO DE LA CUESTIÓN

7. Estado de la cuestión

Existen múltiples enfoques en la literatura sobre cómo abordar el fenómeno del emprendimiento. Alvarez y Busenitz (2001) lo tratan, por ejemplo, como una oportunidad económica mientras que Reynolds (2005) lo hace desde la perspectiva del descubrimiento de oportunidades y la posterior creación de nuevas actividades económicas. En este sentido, se encuentra una de las definiciones más citadas de emprendimiento propuestas por Shane y Venkataraman (2000), quienes abordan el emprendimiento como el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades y, por lo tanto, nuevos productos, servicios o procesos de producción.

Son nuevas estrategias y formas organizativas, y nuevos mercados para productos y servicios que no existían anteriormente. El llamado espíritu empresarial o emprendedor también se ha discutido extensamente bajo el prisma de la conducta. Miller (1983) hablaba del comportamiento emprendedor como una práctica que logra combinar la innovación, la asunción de riesgos y la proactividad.

Así, el espíritu empresarial y la innovación son dos paradigmas estrechamente relacionados que han estudiado por separado autores como Casson (1982) o Caird (1988) o posteriormente por Cornwall (1990) o Littunen (2000); de manera conjunta, tal y como ya postuló Schumpeter en 1934, o Drucker (1994), Legge (1997), Kanungo (1999) o Sundbo (1998). Por último, hay interesantes estudios teniendo en cuenta las sinergias entre los dos (Zhao, 2005).

La innovación aparece como un elemento fundamental ligado al emprendimiento y su relación conceptual con el espíritu empresarial ha sido discutida en la literatura durante muchos años. La economía de la innovación ha sido objeto de atención por distintos autores (Grupp, 2001, Arora et al., 2002, Stoneman, 1995). Así, Sundbo (1998) resumió las teorías básicas de la economía de la innovación e identificó el paradigma emprendedor como una de las estructuras en competencia en la discusión teórica de la innovación.

El paradigma relativo a la figura del empresario emprendedor se remonta a la década de 1930, cuando Schumpeter (1934) intentó por primera vez establecer un vínculo entre los emprendedores y la innovación, considerando al emprendedor como un innovador. Así, defendía que la innovación contribuye al crecimiento de la economía porque los emprendedores generan innovación. De acuerdo con este paradigma, solo una persona que funda una nueva empresa sobre la base de una nueva idea puede llamarse un emprendedor. El espíritu emprendedor era visto como un acto creativo y una innovación.

El espíritu emprendedor consiste en crear algo que no existía anteriormente. La creación agrega valor al individuo y la comunidad, y se basa en percibir y capturar una oportunidad tal y como defiende Johnson (2001) y en la misma línea de Legge y Hindle (1997). Estos consideran el emprendimiento como un cambio de estado, un proceso dinámico y un evento único. Así, afirman que las personas que lideran equipos y organizaciones para introducir innovaciones son, asimismo, emprendedoras. Son personas que buscan oportunidades, y las innovaciones proporcionan el instrumento para que puedan tener éxito.

El espíritu emprendedor corporativo a menudo se refiere a la introducción de una nueva idea, nuevos productos, una nueva estructura organizativa, un nuevo proceso de producción o el establecimiento de una nueva organización por (o dentro de) una ya existente. Tal y como apuntaban Herbig *et al.* (1994) “la innovación requiere tres componentes básicos: la infraestructura, el capital y la capacidad empresarial necesaria para hacer funcionar los dos primeros”.

Del mismo modo, diversos autores han estudiado cómo el ámbito cultural y la cultura organizacional tienen una profunda influencia en el nivel de emprendimiento e innovación en las organizaciones. Así Herbig *et al.* (1994) ya apuntaba que la cultura es un factor determinante del espíritu emprendedor y la innovación.

La cultura organizacional también tiene un impacto importante en el espíritu empresarial y la innovación (Slevin y Covin, 1990). Ha sido definida de diferentes maneras en la literatura. Una definición simple compartida por muchos investigadores es que la cultura organizacional es “la forma en que hacemos las cosas aquí”. Refleja las normas y los valores y creencias profundamente arraigados que comparten las personas en una organización.

Tal y como apuntan Martin y Terblanche (2003), la cultura organizacional puede afectar a los niveles de emprendimiento e innovación a través de procesos de socialización que influyen en el comportamiento en el lugar de trabajo y a través de estructuras, políticas y procedimientos que están conformados por los valores y creencias básicos de la organización. Ahmed (1998) ya hablaba de la innovación como un entorno y una cultura que impulsa la creación de valor en una organización mientras que Slevin y Covin se centran en la importancia de una cultura organizacional apropiada en el desarrollo de comportamientos empresariales e innovadores efectivos para abordar las dinámicas del mercado.

Todo lo anterior explica por qué el emprendimiento se describe de tan diferentes maneras según el contexto. Tal y como apuntaban Eckhardt y Shane (2003), si se evalúa el propio proceso de negocio, este incluye la identificación y evaluación de oportunidades, la decisión de explotarlos o venderlos, los esfuerzos para obtener recursos y el desarrollo de la estrategia y la organización del nuevo proyecto empresarial. El espíritu emprendedor es “un proceso mediante el cual las personas, ya sea por cuenta propia o dentro de las organizaciones, buscan oportunidades” (Stevenson y Jarillo, 1990).

La actividad central del empresario es la creación de empresas, que puede estudiarse a nivel individual y/o grupal, analizando aspectos psicológicos y variables sociales de la educación, los antecedentes o la familia, ya sea a nivel ambiental, utilizando variables que permitan el desarrollo empresarial, o analizando aspectos del entorno económico, social y cultural.

El estudio de los empresarios como individuos analiza las variables que explican su aparición, como las características personales, el perfil psicológico (la necesidad de logros, la capacidad de control, la tolerancia a la ambigüedad y la tendencia a asumir riesgos) o las variables no psicológicas (educación, experiencia, redes, familia, etcétera). Igualmente, los enfoques socioculturales e institucionales subrayan el papel de la exclusión y el cambio social como motivadores de la función empresarial en grupos minoritarios o marginados.

Los estudios sobre variables ambientales enfatizan la cultura o los valores compartidos en la sociedad, las instituciones vinculadas al marco legal, las variables del ámbito económico (demanda) y el financiero (capital de riesgo y costo), junto con el entorno

espacial (conglomerados y economías de aglomeración). Por lo tanto, se pueden considerar tres ideas básicas que intentan explicar la actividad emprendedora.

La primera se centra en el individuo y en la acción empresarial concebida como un atributo humano, como la disposición a enfrentarse a la incertidumbre (Kihlstrom y Laffont, 1979), la aceptación de riesgos y la necesidad de logros (McClelland, 1961), que diferencian a los emprendedores del resto de la sociedad. La segunda idea fundamental hace hincapié en los factores económicos y ambientales que motivan y permiten la actividad emprendedora, como la dimensión de los mercados, la dinámica de los cambios tecnológicos (Tushman y Anderson, 1986), la estructura del mercado (Acs y Audretsch, 1990) y la dinámica industrial.

El tercer factor que considerar se puede vincular al funcionamiento de las instituciones, la cultura y los valores sociales. La gestión emprendedora puede considerarse diferente de las formas tradicionales de gestión de organizaciones. Muchos directivos buscan formas de hacer que sus organizaciones sean más emprendedoras en diferentes aspectos.

Si bien Barringer y Bluedorn (1999) fueron los que señalaron el gran interés existente en la relación positiva entre la intensidad del espíritu emprendedor corporativo y la intensidad de la búsqueda de oportunidades, la adaptación estratégica y la creación de valor. Fue Drucker (1994) quien hizo la primera y más importante contribución al desarrollo teórico del emprendimiento y la innovación en grandes organizaciones con su concepto de emprendimiento corporativo o intraemprendimiento. Cuando se hace referencia a emprendedores, normalmente existe una diferenciación entre emprendedores individuales o empresarios (independientes) y emprendedores corporativos o empresarios asociados con los niveles más altos de la administración de una empresa.

Se han utilizado diferentes nombres para describir a estos últimos, como 'emprendimiento corporativo', 'intrapreneurship', 'emprendimiento corporativo interno' y 'renovación estratégica'. En este punto es también importante tener en cuenta el hecho de que se debe diferenciar entre los empresarios emprendedores y los propietarios de pequeñas empresas. Garland et al. (1984) primero y Steward et al. (1998) más adelante, argumentaron que los propietarios de pequeñas empresas estaban preocupados principalmente por obtener ingresos para satisfacer sus necesidades inmediatas.

Ese comportamiento está acompañado por la falta de innovación, mientras que los empresarios emprendedores tienen una mayor motivación por sus logros, toman mayores riesgos y están más inclinados hacia la innovación y el cambio. Tal y como se ha analizado hasta el momento, si bien la actividad central del emprendedor es la creación de empresas y la innovación, está claro que el paradigma se puede estudiar desde perspectivas muy diferentes: como actividad individual o grupal, analizando variables psicológicas y sociales o aquellas impulsadas por la economía.

Esto explica por qué el espíritu emprendedor se describe de muchas maneras diferentes. En este sentido, hay investigaciones muy interesantes sobre cómo el contexto determina su definición. Gadderfors y Anderson (2017) explican cómo no es simplemente el contexto en sí mismo, sino las cosas que están sucediendo en él, lo que hace al espíritu emprendedor conectarse y, por lo tanto, crear una serie de cambios. No se trata solo del resultado, sino del proceso en sí.

Los problemas involucrados en un estudio de emprendimiento están vinculados a la necesidad de delimitar el campo de estudio y se basan en una estructura conceptual que permite la explicación y predicción de fenómenos empíricos que no se explican en otros campos de conocimiento; es necesario generar un paradigma, desarrollar un conjunto de hipótesis comprobables, superar la descripción y la casuística existentes y profundizar en el análisis longitudinal y transversal.

La relación entre los medios y el espíritu emprendedor se analiza en esta investigación, no desde el punto de vista de la industria de los medios (Hang, 2007), sino de cómo los medios económicos lo abordan. No hay muchos estudios centrados en la cobertura de los medios en el ámbito emprendedor. Hindle y Klyver (2007) exploraron la influencia de los medios de comunicación a través de la cultura nacional en la participación empresarial nacional calificada mediante el estudio Global Entrepreneurship Monitor durante cuatro años. Aunque reconocieron que las informaciones de los medios de comunicación masiva son un factor de gran influencia en una amplia gama de actitudes y comportamientos de las personas (Macnamara, 2003; McDonald, 2004), decidieron estudiar su relación indirectamente, en lugar de analizar los contenidos tal y como se hace en esta tesis.

8

TRATAMIENTO DE LA BURBUJA INFORMATIVA DE FORMA ACADÉMICA

8. Tratamiento de la burbuja informativa de forma académica

A lo largo del presente trabajo doctoral, se ha citado en reiteradas ocasiones el concepto de burbuja informativa. Con este término se hace referencia a la creación de una visión muy optimista sobre el fenómeno emprendedor motivado por el tratamiento que hacen los medios de comunicación de su realidad, que se une al aumento desmesurado en la generación de contenido en el periodo analizado.

En concreto, se ha referido a que los medios de comunicación han reflejado una realidad distorsionada en sus informaciones con un excesivo aumento de las mismas, destacando especialmente los casos de éxito, para hablar del fenómeno del emprendimiento. Sin embargo, el concepto de burbuja informativa con la acepción a la que se atribuye en esta tesis, no ha sido definida académicamente.

Es por ello por lo que se va a proponer una conceptualización de esta expresión que se ha aplicado en otras ocasiones (burbuja inmobiliaria, criptomonedas...) pero que carece de esclarecimiento académico para proceder, a continuación, a exponer una definición y características básicas del concepto que, posteriormente, permitirá concluir si aplica al ecosistema emprendedor durante el periodo de tiempo analizado. El punto de partida es la burbuja económica.

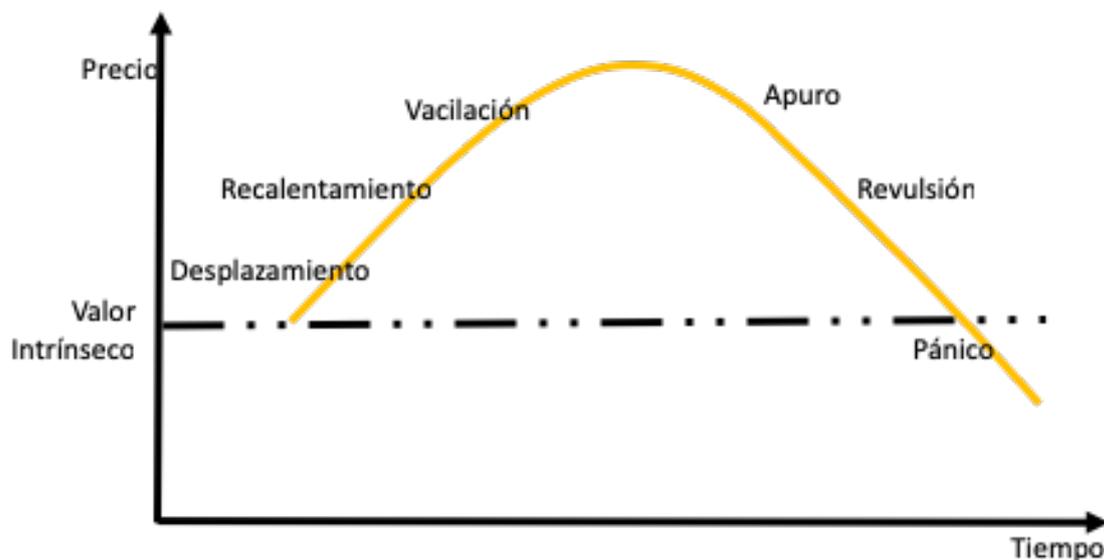
8.1 El concepto de burbuja económica

Para definir la burbuja económica se parte de la Real Academia de la Lengua (RAE) en su cuarta acepción, expresando que ‘burbuja’, en relación con el ámbito económico, es el “proceso de fuerte subida en el precio de un activo, que genera expectativas de subidas futuras no exentas de riesgo” (RAE, 2017). Las burbujas financieras fueron estudiadas por Hyman Minsky, que las vinculó al crédito, a las innovaciones tecnológicas y a las variaciones del tipo de interés. (Minsky, 1975).

Las burbujas económicas, también denominadas especulativas, de mercado o financieras, hacen referencia a una situación anormal de los mercados, causada por la especulación, donde se da una subida anormal, incontrolada y prolongada del precio de un activo o producto, que se aleja de su valor real. En esta situación, llegan nuevos compradores, atraídos con la expectativa de vender en poco tiempo a mayor precio del que van a comprar. El activo en cuestión alcanza precios cada vez más altos sin ninguna justificación, hasta que la burbuja ‘explota’.

La consecuencia directa es que se produce una caída repentina y brusca de los precios, incluso inferiores a su nivel natural, generando deudas en sus compradores (Lahart, 2008). En ocasiones, las burbujas económicas se identifican a posteriori, tras la caída brusca de los precios (Madrid y Hierro, 2015). En el siguiente gráfico, se observa cómo evoluciona una burbuja económica:

Gráfico 4: Fases de la burbuja especulativa



Fuente: Pastor, (1999) y Elaboración propia.

A partir de las burbujas económicas, aparece el concepto de cascada informativa, acuñado por Sushil Bikhchandani, quien en 1992 se refirió a ellas como la valoración de un fenómeno, por ejemplo, de una posibilidad en la que invertir, basada en la observación de lo que han hecho otros, que a su vez lo han hecho fijándose en comportamientos previos. Se considera cascada informativa cuando la información que usan los que

primero han tomado las decisiones nadie la cuestiona, independientemente de lo que puedan decir otras fuentes (Pindyck, 2015).

Respecto a las burbujas económicas, esta teoría de la cascada informativa indica que los primeros empresarios que decidieron invertir es muy probable que tuvieran información relevante y favorable y basaron sus decisiones en ella (Bikhchandani, 1992).

8.2 Las burbujas informativas previas

A partir de la definición de ‘burbuja económica’, se ahonda en el concepto de “generar expectativas futuras no exentas de riesgo” a la labor desempeñada por los medios de comunicación, relacionándolo con cómo han generado esas esperanzas en muchas de las informaciones tratadas: el 25% de los contenidos analizados en esta tesis doctoral cuentan ‘casos de éxito’, contribuyendo a aportar un exceso de optimismo, según se verá en los siguientes capítulos, que no concuerda con la realidad del ecosistema emprendedor.

Sin embargo, aunque a nivel periodístico es comúnmente aceptada la definición de burbuja informativa con la acepción de dedicar una atención informativa desmesurada y en aumento a un contenido temático de la que se brindaba con anterioridad y optimismo, a nivel académico, no se ha encontrado una definición ajustada a este concepto. A nivel periodístico, el concepto de burbuja informativa se ha definido en los últimos años de formas diferentes.

Una de las acepciones de burbuja informativa utilizada por estudiosos del ámbito periodístico la define como aquella que “se ha formado apoyándose en Twitter y demás medios sociales y en la que se refugia la audiencia pro-Trump, que apenas contrasta los mensajes de esos novísimos medios con lo que publican los medios profesionales” (De la Serna, 2017).

Esta acepción coincide con la que propone el politólogo Antonio Gutiérrez-Rubí: “El placebo digital que generan las burbujas informativas es tan sedante como artificial. Y peligroso. Alimenta nuestros prejuicios, ofreciendo contenidos que han sido identificados como convenientes -por complacientes y dóciles- para nuestras convicciones”. (Gutiérrez-Rubí, 2017).

En relación al sector de los medios de comunicación y su declive, se ha definido burbuja informativa tal y como lo expresa Lluís Bassets: “Después de muchos años de debates y controversias, la extinción de la prensa diaria, y del periodismo impreso en general, es un horizonte reconocido por gran número de profesionales y de especialistas en medios, de forma que la actual crisis no ha hecho más que acelerar el proceso y actualizar los temores, convertidos ya definitivamente en pánico” (Bassets, 2012).

Es decir, Basset vincula la burbuja informativa a la crisis de los medios de comunicación, y su estallido no es más que la desaparición de estos como consecuencia de un descenso de las ventas de prensa, entre otras cuestiones. Sin embargo, esta última definición dista de la que este trabajo académico pretende dar al concepto de burbuja informativa, relacionándola con la económica.

Desde el año 2000, sí que se observa la existencia otras burbujas económicas que han tenido su traslación en el ámbito informativo. Como ejemplos más destacados, se pueden mencionar la burbuja tecnológica (año 2000), la inmobiliaria (2007) tal y como ejemplifican algunos autores (Cervera, 2014), o la más reciente y actual burbuja de las criptomonedas (2018).

La selección se ha llevado a cabo teniendo en cuenta tres criterios: han sido previamente una burbuja económica, los medios de comunicación han creado una burbuja informativa y se ha producido el pinchazo. A continuación, se va a analizar cada una de ellas desde el punto de vista académico y la traslación que han tenido al ámbito informativo.

8.2.1 La burbuja tecnológica

En los años 90, en Estados Unidos hubo un importante desarrollo de empresas tecnológicas, que eran aquellas que había orientado su negocio basándose en Internet (Piscitelli, 2001). Muchas de estas empresas cotizaban en el mercado de valores estadounidense Nasdaq (bolsa de valores electrónica de Nueva York), elevando su valor hasta los 5.048 puntos. Este índice contaba con unos valores medios de entre 1.500 y 2.000 puntos en los años previos a la burbuja.

Algunos inversores que creían que la carrera alcista todavía tenía recorrido no olvidarán la decisión de invertir en aquellos días previos al desastre. En un ambiente de exuberancia

y entusiasmo, la burbuja fue creciendo hasta superar los 5.000 puntos que alcanzó el Nasdaq por aquellas fechas. En aquellos años, se vivían grandes avances tecnológicos, a partir del desarrollo de las tecnologías informáticas y de telecomunicaciones (Mandel, 2001).

En este contexto, los mercados financieros de todo el mundo comenzaron a estar conectados las 24 horas y se convirtieron en un único mercado global. Las reglas del juego habían cambiado para los inversores, que además ponían el foco en las tecnológicas que habían permitido este cambio. En ese momento, los inversores más arriesgados comenzaron a apostar por las empresas tecnológicas, que ayudaban a desarrollar más aún a las llamadas empresas ‘punto.com’.

El desarrollo de estas compañías llevó a una cotización rápida y alta de sus valores bursátiles, donde los inversores estaban comprando expectativas. Es decir, estos inversores más arriesgados esperaban un rápido crecimiento de estas empresas para conseguir recuperar la inversión realizada. Pero en marzo de 2001, el índice bursátil Nasdaq cayó de 5.000 puntos a menos de la mitad y comenzaron una serie de fusiones, adquisiciones y cierres entre las empresas tecnológicas, momento en que los analistas comenzaron a calificar todo de “una gran burbuja” (Piscitelli, 2001).

Así, los inversores deshicieron posiciones y la venta masiva de acciones propició la caída de los mercados bursátiles. En tres años (de 2000 a 2003), desaparecieron cerca de 5.000 compañías de Internet. Sin duda, la caída de las ‘punto.com’ se puede considerar una burbuja porque se vendieron ‘expectativas’ en lugar de ‘realidades’. La gran prueba es cómo, en pocos años, estas empresas redujeron su valoración.

En general, los inversores detectaron rápidamente que la vieja economía no era tan diferente a la nueva, a las ‘punto.com’, que la inversión realizada en las empresas emergentes precisaba de un plazo razonable de recuperación y que no se había tenido en cuenta los costes de logística y distribución (Castells, 2001). A lo largo de estos años, los medios de comunicación con sus informaciones contribuyeron a hacer crecer la burbuja, publicando una cantidad más importante de informaciones relativas a la nueva economía ‘punto.com’ que al resto de sectores económicos tradicionales.

Tanto es así que el presidente de la Comisión del Mercado de Valores estadounidense (SEC), William Donaldson, reconoció algunos años después que los medios de comunicación habían jugado un papel relevante ante esta situación. “Las informaciones financieras parecían ser la clave para el éxito en Bolsa, al recoger los últimos rumores sobre los valores que protagonizaban el mercado; probablemente, esto contribuyó a la falsa sensación de confianza que invadió a muchos inversores” (Cinco Días, 2003).

8.2.2 La burbuja inmobiliaria

La burbuja inmobiliaria en España se define como el periodo que transcurre entre los años 1997 y 2007, donde se produce una burbuja especulativa en torno al precio de los inmuebles en el país. Su estallido y consecuencias tuvieron que ver con la crisis de la industria inmobiliaria, la nacionalización de muchas cajas de ahorro que había quebrado y el aumento de desahucios en España, como consecuencia de la aplicación de la Ley Hipotecaria Española (BOE, 1946).

La burbuja inmobiliaria consistió en un incremento desmesurado de los precios muy por encima del IPC y las rentas, como consecuencia de la falta suelo edificable, las ayudas a la compra de viviendas, la especulación, la recalificación de suelos y el fácil acceso al crédito (Naredo, 2010). Su inicio se produjo en 1997. Para el Banco de España, el origen se encuentra en el anterior boom inmobiliario, acontecido de entre finales de los años 80 y principios de los 90. La consecuencia es que el precio de la vivienda sufre a partir de 1991 una fuerte corrección que, para el Banco de España, se considera “una cierta infravaloración del precio de la vivienda en la primera mitad de la década de los 90” (Banco de España, 2003).

El alza de estos precios se produce a partir de la mitad de los años 90, con una subida de más del 10% anual, que en algunos ejercicios alcanzaba el 30% (Idealista.com, 2010). En este sentido, los expertos señalan que la burbuja inmobiliaria en España es la muestra de cómo se está comportando el mercado inmobiliario, anticipando lo que iba a ocurrir: desahucios, impagos, pisos sin vender, promotoras en quiebra...y, en consecuencia, elevadas cifras de desempleo (INE, 2012).

Con el pinchazo de la burbuja, los precios y la demanda de viviendas comienzan a caer, tal y como señalaban desde la APCE (Asociación de Promotores y Constructores de

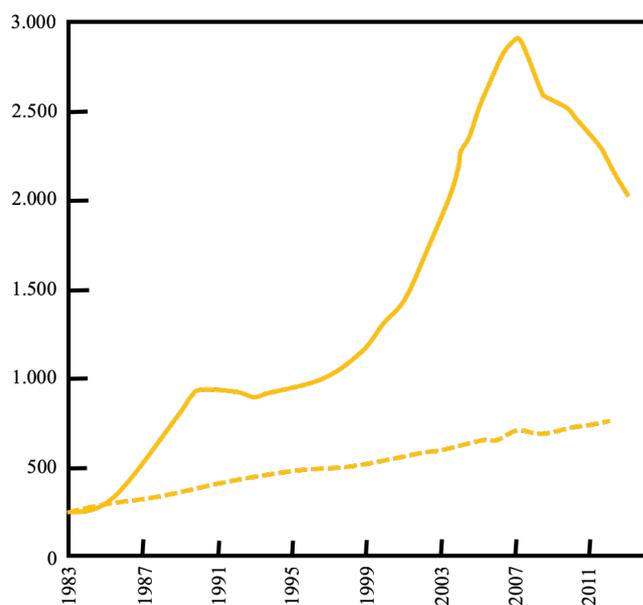
España, 2008). De esta forma, se dieron caídas de la demanda por encima del 40% en los años 2011 y 2012, motivadas por la incapacidad del mercado de absorber toda la vivienda terminada y en construcción disponible (Romero, 2008).

La burbuja inmobiliaria en España también cuenta con una característica que comparte con otras burbujas especulativas: mientras se está ‘inflando’, no existe acuerdo sobre si realmente lo es. Solo en el momento en que estalla, suele calificarse como tal. Pero en la actualidad, se disponen de varios procedimientos que permiten consensuar si existe o no burbuja inmobiliaria (Bellod, 2011).

Mientras en España se discutía su existencia, el incremento del IPC y de los sueldos era de un 3%, cifra que distaba mucho de las subidas anuales medias del precio de la vivienda, que había llegado hasta un 20%. Cuando en verano de 2007 estalla la burbuja inmobiliaria estadounidense por las ‘hipotecas basura’, España comienza a denotar una caída en la compraventa de viviendas, que llega a un descenso del 27% en el primer trimestre de 2008 (INE, 2008).

En ese momento, los mayores interesados en que la burbuja creciera, los promotores y constructores, negaban su existencia. Es fundamental tener en cuenta que las propias expectativas sobre la evolución futura de la burbuja influyen claramente en su pinchazo. Es decir, si muchos de los potenciales compradores auguran una caída de precios cercana, esperarán a que ocurra para comprar. De esta forma, se reduce la demanda actual y se produce el pinchazo de la burbuja (García-Montalvo, 2006).

Gráfico 5: Evolución del precio medio de la vivienda (1963-2011)



Fuente: Sociedad de tasación (2013), y elaboración propia.

En el gráfico 5 se observa cómo ha evolucionado el precio medio de la vivienda nueva en España. En el mismo, se aprecia el incremento progresivo de precios hasta hacerlo de forma espectacular de 1998 a 2008, momento en que comienzan a caer en picado (Sociedad de Tasación, 2013).

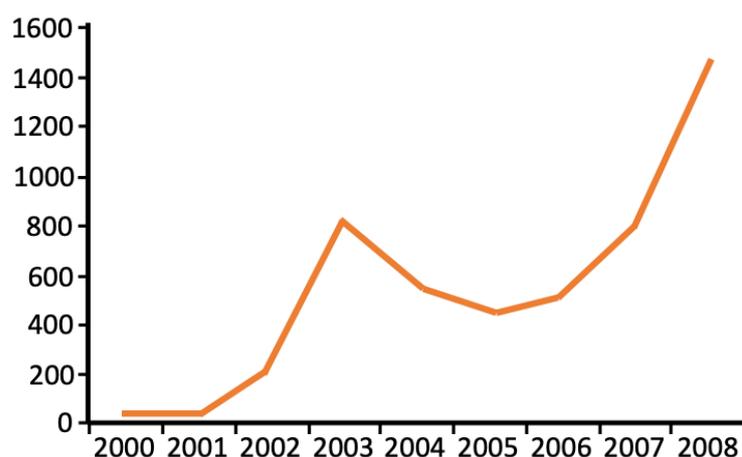
Es precisamente en estos casos cuando la labor de los medios de comunicación se hace crucial. En este sentido, expertos del sector han analizado el papel de los medios como actores clave que han contribuido, primero, a la creación de la burbuja inmobiliaria, convirtiendo todas las informaciones recibidas en noticias, mientras que, con la caída, fueron los que alertaron de forma más alarmante.

En el caso de la burbuja inmobiliaria, los expertos como Manuel Illueca lo analizan así: “Hasta finales de 2007, los medios de comunicación de nuestro país apenas prestaron atención a la conexión entre la burbuja inmobiliaria y la expansión del crédito otorgado por los bancos, especialmente las cajas de ahorros” (Illueca, 2014).

Illueca realizó una investigación relacionada con la publicación de informaciones en medios de comunicación de toda España nacionales o locales relacionada con la burbuja inmobiliaria desde el año 2000 al 2008: “Conseguimos recopilar 4.752 artículos (...) el número de artículos aumenta vertiginosamente con el precio de la vivienda. En 2000,

apenas registramos 15 artículos sobre la incipiente burbuja inmobiliaria, mientras que el número se dispara por encima del millar en 2008. (...) El ritmo de crecimiento es menor a partir de 2008, pero el número de artículos publicados cada año continúa aumentando de forma significativa” (Illueca, 2014).

Gráfico 6: Cobertura mediática de la burbuja inmobiliaria en España (2000-2008)

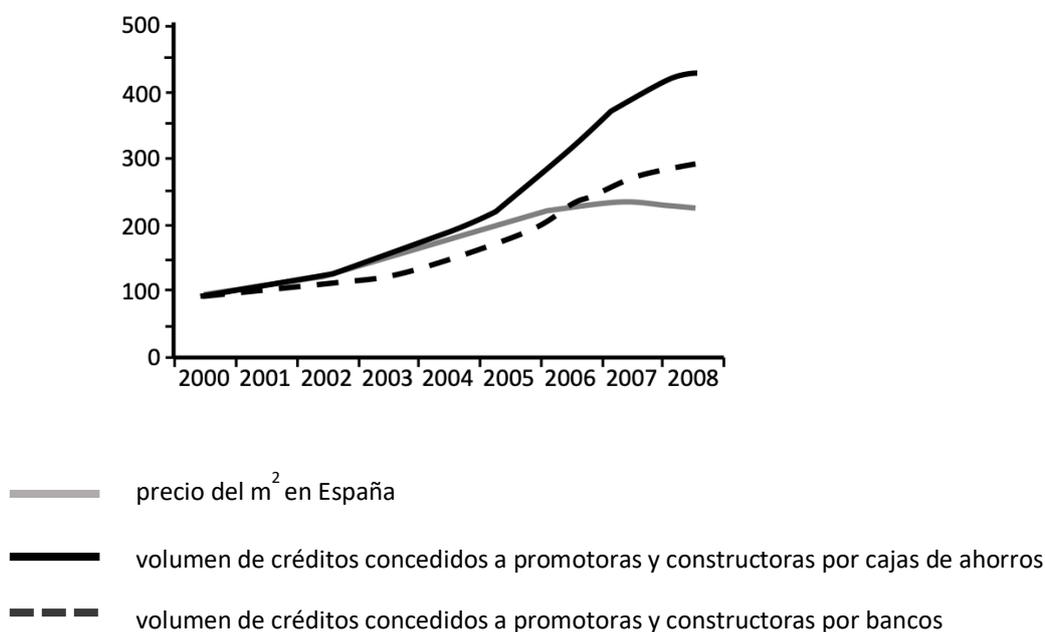


Fuente: Factiva (2014), Cuadernos de periodistas y elaboración propia.

Así, Illueca (2014) observa claramente lo siguiente:

“[...] el *establishment* político y financiero español impone paulatinamente su punto de vista sobre la inexistencia de la burbuja inmobiliaria y los medios de comunicación asumen la visión predominante. A partir de 2003, la prensa española continúa publicando artículos sobre el incremento de los precios de la vivienda, aunque su enfoque es puramente descriptivo” (Illueca, 2014).

Gráfico 7: Crédito al ladrillo y precio de la vivienda en España (2000-2008)



Fuente: Ministerio de Fomento, Banco de España (2014) y elaboración propia.

8.2.3 La burbuja de las criptomonedas

Bitcoin es una moneda, como el euro o el dólar estadounidense, que sirve para intercambiar bienes y servicios. Bitcoin es un protocolo y red *peer to peer* (P2P) que se utiliza como criptomoneda, sistema de pago y mercancía. Sin embargo, a diferencia de otras monedas, bitcoin es una divisa electrónica que presenta novedosas características y destaca por su eficiencia, seguridad y facilidad de intercambio. Su mayor diferencia frente al resto de monedas es que se trata de una moneda descentralizada, por lo que nadie la controla. Bitcoin no tiene un emisor central como los dólares o los euros, la criptomoneda es producida por personas y empresas de alrededor del mundo.

La moneda fue creada en 2009 por quien, bajo el seudónimo de Satoshi Nakamoto, utilizaba la tecnología de cadena de bloques (blockchain), que se considera muy segura, y permite llevar un registro de transacciones. Otra de las características más importantes de bitcoin es que está descentralizado y no recibe el respaldo de ningún gobierno o

similar, pues las transacciones no necesitan de intermediarios y el protocolo es código abierto (Aguilar, 2017).

Para algunos autores, bitcoin, y en general todo lo que tiene que ver con las criptomonedas es una innovación que ha llegado para quedarse, considerando, incluso, que en un futuro serán consideradas como el sistema de intercambio universal. La tecnología *blockchain* puede ayudar a resolver los problemas de seguridad que suponen los intercambios descentralizados entre iguales y tiene diversas aplicaciones en muy diferentes campos.

Su carácter especulativo y desregulado le permite escapar a cualquier control fuera del propio sistema Bitcoin, estando su futuro en entredicho. Algunos economistas le atribuyen un valor cero, con signos de haber sobrepasado los umbrales que lo llevarían al desplome, aunque generalmente estas opiniones no corresponden a expertos en la tecnología. Sin embargo, si el planteamiento de estos economistas fuera correcto, al no estar respaldado por ningún bien tangible, gobierno, entidad financiera o económica, y si la tecnología no lograra respaldarlo, sus poseedores se encontrarían indefensos ante la bajada de precio.

A finales de diciembre de 2017, el bitcoin llegó a máximos, después de un año de subidas incesantes y crecimientos de dos dígitos. En ese momento, cayó de los 16.800 euros de valor a los 4.000 euros. En el año 2018, las caídas del precio del bitcoin fueron constantes. A lo largo de este corto periodo, si se analiza la cantidad de informaciones sobre este fenómeno, observamos que el crecimiento del número de noticias ha sido exponencial: De los 14 resultados obtenidos en 2014 en la búsqueda del término ‘criptomoneda’ o ‘blockchain’ en los medios seleccionados, observamos un crecimiento exponencial en los años siguientes:

Tabla 3: Número de informaciones encontradas sobre bitcoin (2015-2018)

AÑO	Nº DE INFORMACIONES
2015	128
2016	214
2017	1074
2018	3363

Fuente: My News y elaboración propia.

Con estos datos recogidos en la tabla 3, se ve claramente la existencia de una burbuja informativa alrededor del fenómeno de las criptomonedas que ayuda a entender que las informaciones publicadas han ido en aumento en los últimos años, al mismo ritmo que el valor de las criptomonedas caía.

8.3 Propuesta de definición de burbuja informativa

Así, la definición que se va a formular de ‘burbuja informativa’ incluye que, para que podamos identificarla respecto a un tema, deben cumplirse los siguientes criterios:

1. Se debe dar un incremento atípico de la cantidad de informaciones sobre un asunto en cuestión en un periodo de tiempo concreto, normalmente muy corto.
2. El tratamiento realizado a la información es excesivamente favorable.
3. En el tiempo analizado, se observa un incremento desmesurado muy rápido, un mantenimiento muy breve y una caída igual de desmesurada en cuanto al número de informaciones, conformando una gráfica en forma de campana de Gauss.
4. Se observa que las expectativas creadas no se cumplen.
5. Las acciones en bolsa de empresas relacionadas con el fenómeno se disparan, sufriendo un fuerte incremento de precio en muy poco tiempo que además no está justificado.
6. Los medios de comunicación crean secciones e informaciones *ad hoc* sobre el citado tema. El asunto en cuestión se convierte en parte de la agenda que el medio plantea al ciudadano.

Este trabajo doctoral aporta la definición de burbuja informativa como “aumento desmesurado del número de informaciones o contenidos sobre un tema diverso, en el que el tratamiento es excesivamente favorable y genera expectativas no exentas de riesgo, favoreciendo a alguna de las partes implicadas en el asunto en cuestión”. En este sentido, se entiende que burbuja informativa es aquel tratamiento desmesurado en cantidad y optimismo de la información relativa a un tema determinado, tal y como se plantea en la hipótesis principal de esta tesis doctoral.

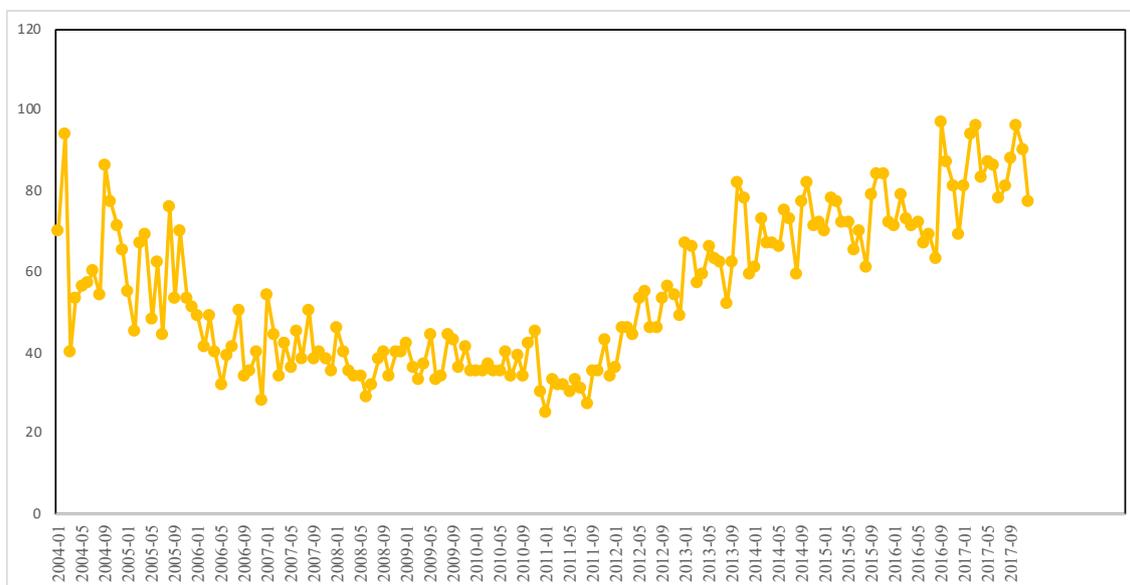
8.4 La burbuja informativa del fenómeno emprendedor

A partir de la definición y descripción de todas las anteriores burbujas, se pueden aplicar los criterios a la definición de una burbuja del fenómeno emprendedor, tras el análisis realizado en las informaciones.

Para comenzar a hablar de burbuja informativa en torno al fenómeno emprendedor, se parte de la búsqueda realizada por Javier González (González, 2017), quien apunta su existencia:

“Tras unos años verdaderamente noqueados por la burbuja inmobiliaria, el paro masivo, la sequía del crédito, el frenazo del consumo y de la inversión (...). Fueron unos años viendo caer todo lo que nos hizo ricos y estar en fase de depresión total. Tras estos años, o durante ellos, llegó la nueva esperanza, la solución, la vacuna, la pastilla de la eterna juventud. Llegaron las *startups* y los emprendedores. Y de ahí al cielo. (González, 2017:33).

Gráfico 8: La palabra startup en Google en España (2010-2017)



Fuente: Google Trends y elaboración propia.

Tal y como señala González, “el oxígeno que alimenta a las burbujas es el contagio social” (González, 2017:50), que hace referencia a la cantidad de informaciones y el

tratamiento que hacen los medios de comunicación, en este caso, del fenómeno emprendedor. Para ello, los medios se centran en contar historias de éxito, tal y como se analiza en el siguiente capítulo. Estos casos de éxito llevados al extremo son llamados ‘unicornios’ -por la rareza de que se den- y se consideran la imagen del talento y la tecnología.

Los medios cuentan estas historias porque se consumen bien y son fáciles de digerir, además de ser modelos en los que fijarse:

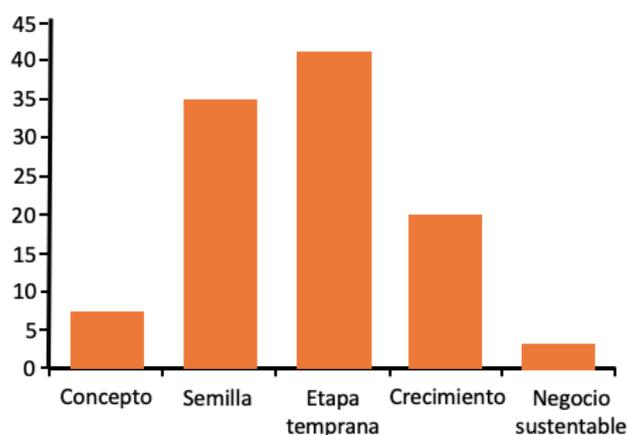
“Nunca antes hubo tantos portales ni tantas revistas especializadas dedicadas a las noticias sobre *startups* y personas que fundan empresas. A golpe de clic te puedes suscribir a los resúmenes de prensa de todo tipo de portales que te dicen cuánto se está invirtiendo en jóvenes empresas de cualquier parte del mundo; cuántas empresas se venden; qué valoraciones se manejan; y cómo es esta nueva y liberadora forma de crearte tu futuro” (González, 2017:53).

Pero existen cada vez más autores y voces críticas con la ‘burbuja emprendedora’: “[...] en las fases iniciales de una *startup* hay consenso general entre los expertos, que reconocen encontrarse a menudo con empresas sobrevaloradas, rondas de inversión disparatadas y cotizaciones infladas como globos aerostáticos” (López, 2019).

No es el único, puesto que Luis Martín Cabiedes, ya alertaba de la existencia de una burbuja en torno al fenómeno emprendedor:

“En España sí hay burbuja en proyectos de Internet porque se cumplen las tres condiciones indispensables: la primera es una subida generalizada de precios, las altas valoraciones de estas compañías, tanto en las etapas iniciales como en las más consolidadas, son la prueba. Se están cerrando inversiones de 3 y 4 millones de euros en España cuando el producto está poco maduro. La segunda de esas condiciones es la retroalimentación de los procesos: hay *business angels* e inversores que han visto rentabilidades en *startups* y quieren participar y hay gente reinvertiendo y llamando a otros para que lo hagan. La tercera es la creación de mecanismos artificiales de creación de oferta: por ejemplo, las incubadoras, que crean empresas para satisfacer una demanda de inversión” (El Confidencial, 2015).

Gráfico 9: Porcentaje de startups en España según su fase de crecimiento (2017)



Fuente: Mapa del emprendimiento South Summit 2017.

En cuanto al tratamiento mediático, destaca la percepción que también aporta López:

“Hablar de *startups* en los medios es hablar de triunfo, cuando en realidad deberíamos hablar también de tragedia. Para hacernos una idea de su percepción social, pese a su enorme ratio de fracaso (una de cada tres proyectos no supera los tres años de vida), según un estudio de Randstad, tres de cada cuatro españoles (¡un 75%!) elegiría, si por ellos fuera, una *startup* como lugar para desarrollar una carrera profesional” (López, 2019:41).

9

ANÁLISIS DE RESULTADOS

9. Análisis de resultados

Como se ha avanzado en el apartado 5 dedicado a la metodología empleada en este trabajo doctoral, se ha escogido para el análisis la semana construida, técnica que posibilita analizar una selección de contenidos sobre el tema a tratar (Riffe, Aust y Lacy, 1993).

Para poder aplicar esta técnica, se han seleccionado las informaciones digitales publicadas desde el año 2010 al 2018. Se ha utilizado la herramienta *MyNews*, una hemeroteca digital de prensa española que permite recuperar cualquier contenido publicado desde 1996.

MyNews (o *My News on line*) es un servicio de información de prensa desarrollado por la empresa *MyNews S.L.* que presenta a texto completo los contenidos de diversas publicaciones. Esta herramienta posibilita la búsqueda retrospectiva de información relativa a temas de interés predefinidos.

9.1 Explicación de la metodología establecida

A partir de *MyNews*, se han buscado términos relacionados con el lexema emprend- ('emprendedor', 'emprender' y 'emprendimiento'), así como el concepto 'autónomo' en el cuerpo de la noticia de cualquiera de las informaciones publicadas a lo largo del periodo analizado (2010-2018), con un resultado de 10.783 artículos recuperados.

Dada la inviabilidad del análisis pormenorizado del contenido de cada pieza, se ha optado por seleccionar titulares como elemento identificador de la información contenida en la noticia (Sánchez, 1990).

En este sentido, se han obtenido 1.148 unidades de registro, documentos que contienen referencias a los términos 'emprendedor', 'emprender', 'emprendimiento' y 'autónomo' de 2010 a 2018 en los que se ha acotado la muestra y 708 unidades de análisis, al eliminar los considerados no pertinentes para la investigación por los motivos que se aprecian en la tabla 4: 181 noticias estaban repetidas, 56 informaciones eran erróneas, 114 hacen referencia a contenidos de Latinoamérica cuando este trabajo se circunscribe a España,

10 artículos hacen referencia a contenido que solicita la suscripción al medio de comunicación y no es posible acceder a ellas y, por último, 79 ítems cuentan con los términos buscados en el titular. Sin embargo, el contenido de estos no se corresponde con el tema de este trabajo doctoral y, por tanto, se han clasificado como ítems de ‘contexto ajeno’.

Tabla 4: Selección de unidades de análisis

AÑO	TOTAL NOTICIAS ENCONTRADAS	NOTICIAS SOLO TITULAR	REAL	SIN ERRONEAS	SIN AMÉRICA	SIN SUSCRIPCIONES	SIN CONTEXTO AJENO
2010	1.398	5		5	0	0	0
2011	1.413	54	54	39	39	39	39
2012	5.738	76	70	72	69	69	60
2013	6.597	188	159	150	140	137	125
2014	672	192	143	130	127	126	109
2015	949	201	168	160	108	108	107
2016	313	134	134	130	122	117	96
2017	362	248	184	180	144	144	139
2018	341	50	50	50	48	47	33
TOTAL	17.783	1.148	967	911	797	787	708

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

El siguiente paso ha sido seleccionar los campos que se han analizado de cada registro. Sobre la elección de estos, se establece que son los que permiten al analista obtener respuestas de carácter objetivo a los temas planteados. Para poder llevar a cabo el análisis y vaciado de datos se ha procedido, de forma preliminar, a diseñar una hoja de registro de datos que permitiera llevar a cabo la codificación de la muestra seleccionada, que consiste en analizar, enumerar con reglas de recuento, clasificar y elegir las categorías y subcategorías pertinentes de las variables a estudiar (Blanco, 2008).

A continuación, se ha gestionado el vaciado de información desde los enlaces obtenidos en *MyNews* a una tabla Excel de datos. A partir del examen completo y vaciado de la información, se ha seleccionado la información necesaria para los diferentes análisis que se muestran a continuación. Las bases de datos, como es el caso del Excel, permiten manejar gran cantidad de unidades con mayor rapidez y ofrecen la posibilidad de cruzar registros, que aportan conclusiones muy interesantes previas (Escribano y Quintanilla, 2005; Moreno, 2001).

Para llevar a cabo el estudio de contenido, se ha aplicado “la asignación sistemática de categorías al contenido de la comunicación de acuerdo con unas normas (codificación),

y el análisis de las relaciones existentes entre dichas categorías mediante el uso de métodos estadísticos” (Riffe et al., 2005: 23).

Con esta metodología se pueden manejar gran cantidad de datos y variables, se pueden establecer relaciones entre las variables, y sacar conclusiones basadas en el resultado de los valores numéricos asignados a las unidades de contenido (Krippendorff, 1990). Este examen de contenido también permite llegar hasta el origen de la creación de cada ítem (origen de la información, autoría, etcétera.), de forma que, además del contenido de cada ítem, se analiza el contexto en el que se ha producido. Estos datos permiten ayudar a explicar resultados de otros análisis.

Así, para poder obtener resultados interesantes para considerar y dotar a este trabajo de una gran investigación, las categorías analizadas son:

1. Fecha: recoge el día, mes y año en que la información se ha publicado. Permite conocer el número de informaciones obtenidas y, sobre todo, cómo han evolucionado en cantidad en cada uno de los ejercicios estudiados.

A partir de los resultados obtenidos en esta categoría, se sabrá si puede hablarse de evolución o de ciclos.

Esta información puede ser relevante al contrastarla con el momento mediático, social, político, legal, etcétera., en el que se produce.

2. Medio de comunicación: hace referencia a qué cabeceras publican los contenidos examinados. Como se ha explicado, para realizar el análisis de contenido han sido seleccionados los ítems publicados en *cinco dias.es*, *eleconomista.es* y *expansion.com*, según la metodología de la semana construida.

Es un dato relevante que aporta información sobre qué cantidad de ítems publica cada medio, y también ayudará a diferenciar el tratamiento que hace cada medio de las unidades de análisis.

En los tres casos se trata de prensa española diaria económica especializada, lo que significa que cubren el mismo ámbito de información. Sin embargo, sus diferentes líneas editoriales, perfiles y tendencias ideológicas hacen que reproduzcan de forma diferenciada la información sobre emprendimiento, tal y como se va a detallar a lo largo de todo este capítulo.

3. Dirección web de la noticia: a lo largo de toda la investigación, se incluyen las direcciones web en formato link de cada uno de los registros recuperados, lo que

ha permitido volver a acceder a estas en caso de que haya sido necesario revisar contenido. Del mismo modo, permite conocer si hay algún problema con la recuperación de la información que dé un resultado que no se puede analizar.

4. Titular de la noticia: puesto que se ha acotado la búsqueda a la aparición de los términos indicados en el titular, recoger todos los titulares revela cómo se hace eco de los términos seleccionados cada medio de comunicación.
5. Alusión en contexto ajeno: este campo se refiere a contenidos que sí incluyen los términos seleccionados pero que reseñan temáticas ajenas al objeto de estudio.
6. Noticia repetida: se recoge si la misma noticia se ha publicado varias veces con escasas modificaciones. Permite limpiar el número de informaciones recuperadas, eliminando para el estudio aquellas que son similares.
7. Autor: es la identidad de los autores que firman los textos analizados. Al respecto a este tema, se observan dos aspectos importantes: la información recabada ha permitido extraer conclusiones sobre si existen periodistas en concreto especializados en el tema de emprendimiento -medido en el número de informaciones recuperadas por autor- y también se ha podido concluir si los medios de comunicación analizados trabajan la información y, por tanto, la firman, o más bien utilizan teletipos remitidos por agencias de información.
8. Sección: hace referencia a cómo los periódicos organizan la información. Este campo permite detectar si se han creado secciones específicas o bien el medio de comunicación trata el contenido sobre emprendedores o emprendimiento en otras secciones. En un principio se puede deducir que los contenidos relativos al objeto de estudio pertenecen a la sección de Emprendedores.

Sin embargo, se han recogido artículos sobre emprendimiento en secciones como España o Salud. La ubicación de estos ítems en secciones no esperadas revela el enfoque que los diarios le dan, resaltando uno u otro aspecto: su incidencia política, social, mediática, etcétera.

9. Género: se hace referencia a las modalidades expositivas que adoptan los mensajes para su comunicación con el público. En el campo periodístico, al igual que en el literario, surge la necesidad científica de clasificar en géneros los contenidos. Como señala Martínez Albertos, “la diferenciación de los variados textos que aparecen en la prensa es una operación previa e indispensable para las investigaciones de los mensajes informativos” (Martínez, 2002: 263). En los ítems analizados se ha observado el género que se ha usado: noticia, artículo de opinión,

reportaje, etcétera, lo que aporta información de la profundidad de tratamiento del tema, objetividad y otras variantes que se analizarán más adelante.

Del mismo modo, el género también determina la predisposición del lector hacia una noticia de la que apenas conoce información, un reportaje que habla en cierta forma de una realidad ya conocida o un artículo de opinión donde el lector ya está informado y lo que va a leer es la postura del autor sobre el tema. (Fernández, 2001).

Estos son los géneros que se han encontrado en el análisis:

-Artículo/ Columna de opinión: Según Martínez Albertos (2002), es un texto “razonador, orientador, analítico, enjuiciativo o valorativo” que suele estar escrito por un emisor experto en el tema en cuestión, ajeno a la plantilla del medio de comunicación, expone su punto de vista sobre la materia en cuestión.

-Editorial: Es la opinión del medio de comunicación. Es un texto de carácter más institucional, y su redacción se suele encargar a profesionales del medio identificadas con la línea editorial del mismo, por lo que los temas tratados son aquellos que tienen más que ver con un mayor alcance e importancia (Martínez 2002: 68).

-Entrevista: Se suele dar voz a personajes relevantes que opinan sobre diversos temas de interés público en la que se exponen, defienden y analizan diversos aspectos de la cuestión. Este género periodístico permite agrupar opiniones y conocer las reflexiones del entrevistado sobre el tema.

-Noticia: A pesar de la controversia suscitada para su definición, lo cierto es que la mayoría de los autores están de acuerdo en opinar que se entiende como *noticia* el hecho o idea que un periodista selecciona en función de su experiencia y de lo que va a interesar a un mayor número de lectores (Yanes, 2003: 247- ss).

-Reportaje: Es un contenido elaborado con mayor extensión que la noticia, donde el aspecto de actualidad pasa a un segundo plano y lo que prima es el análisis de la información acontecida.

10. Extensión: medido en número de palabras que tiene cada información recuperada: la extensión está relacionada con la importancia que el medio otorga a la información.
11. Tratamiento: se han clasificado las informaciones en ‘positivas’, ‘neutras’ y ‘negativas’, relacionando esto con el tratamiento informativo que se hace de cada noticia respecto al hecho de emprender.

En este sentido, se entienden por ítems ‘positivos’ aquellos que enfocan el contenido relativo al fenómeno emprendedor como sinónimo de éxito, fácil, ganar dinero, etcétera. En este caso, también se consideran registros positivos cuando el contenido hace referencia a casos de éxito, noticias positivas como datos, estudios o iniciativas que promueven el emprendimiento.

En cuanto a las informaciones recuperadas consideradas ‘neutras’, se hace referencia a aquellas que no transmiten un posicionamiento ni positivo ni negativo respecto el fenómeno emprendedor, es decir, que simplemente lo presentan y describen.

Por último, se clasifican las unidades de análisis de ‘negativas’ cuando en ellas se enfoca el emprendimiento como algo no exento de riesgos con atributos como ‘fracaso’.

12. Palabras clave emprend- (núm. veces): aporta información sobre la repetición del término a lo largo de cada ítem y, por tanto, la pertinencia de cada artículo para hablar del tema. De esta forma, se mide el número de veces que aparece el término en cada artículo. Las mediciones aproximan a un primer diagnóstico cuantitativo que revela la importancia que otorga el medio en cuestión a ese concepto.
13. Social: esta variable pretende aportar la tendencia actual de aumento hacia el emprendimiento social, tal y como recoge el GEM (GEM, 2016). Precisamente este organismo define este tipo de emprendimiento como “cualquier iniciativa que tiene un objetivo social, ambiental o comunitario”. (GEM, 2016). En este contexto, se observa que el informe recoge un aumento del emprendimiento en España en 2016 del 0,9%. El emprendimiento social es un fenómeno en aumento en todo el mundo, no solo en España.

14. Tipología: para poder analizar posteriormente qué tipo de información relativa al fenómeno emprendedor publican los medios de comunicación seleccionados, se han clasificado los contenidos en la tipología de temáticas que tratan, y que son:

Tabla 5: Tipología de noticias

Tipología
Caso de éxito
Fracaso
Historia personal
Iniciativa Privada
Iniciativa Pública
Estudios
Formación
Mixto
Normativa
Otros

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Esta clasificación se ha realizado de forma exclusiva y es una tipología de elaboración propia tras la observación y análisis de los contenidos. El objetivo de esta taxonomía es ver qué tipo de historia relata cada medio de comunicación. En los ‘casos de éxito’, se ubican los ítems que relatan historias positivas y de grandes logros, bien sean de emprendedores, o de la facilidad que representa el hecho de emprender.

En los casos en que el contenido hace referencia a encuestas, análisis, estudios, se ha clasificado el ítem como de ‘estudio’. Se ha creado la categoría de ‘formación’ para aquellos ítems que hacen referencia a cursos o destacan la importancia de la formación en los emprendedores. Si la clasificación corresponde a ‘fracaso’, es que el contenido relata una historia de emprendedores o emprendimiento donde se muestran ejemplos o datos que revelan situaciones adversas o complicadas relacionadas con el emprendimiento.

Cuando la unidad de análisis es calificada de ‘iniciativa pública’ o ‘iniciativa privada’, es que relata proposiciones relacionadas con el emprendimiento del ámbito institucional, en el primer caso, o del ámbito particular, en el segundo. En caso de que sea una iniciativa que fusione ambas, es calificada como ‘mixta’. Pero si el ítem se ha

clasificado como ‘historia personal’, se relatan historias de emprendedores con su proyecto o trayectoria emprendedora.

Y si el contenido reflejado en la unidad de análisis incluye nuevas leyes, reformas de legislación o bien propuestas en este sentido, se ha calificado de ‘normativa’. Por último, en la categoría ‘otros’ se incluyen aquellos ítems que no se pueden ubicar en ninguna de las anteriores.

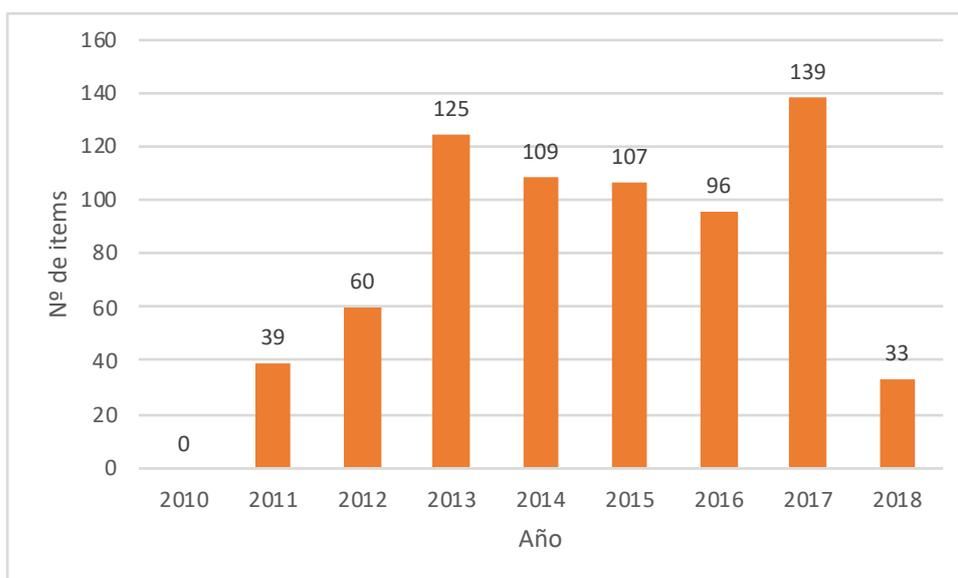
15. Apoyo fotográfico y textos de apoyo: Permite conocer de nuevo si el medio de comunicación o periodista le ha dado tanta relevancia a la información como para dotarla de elementos de apoyo como fotografías, infografías o textos (despieces).
16. Fuentes autorizadas y oficiales: Se refleja el uso de fuentes de información relevantes y autorizadas de expertos o responsables institucionales que hablen de la materia en cuestión.
17. Fuentes no autorizadas (testimonios): Uso de testimonios o fuentes de personas ajenas al emprendimiento o bien emprendedores.
18. Resumen de la noticia: Síntesis de cada información recuperada que permite a conocer qué tipo de información se obtiene en cada caso.

9.2 Análisis por ítems cuantitativos

9.3 Fecha

Con las unidades de análisis seleccionadas, es decir, eliminando las informaciones erróneas, aquellas en las que no se puede recuperar el enlace, las que corresponden a informaciones de Latinoamérica, las que están vinculadas a suscripciones y las que son de ‘contexto ajeno’ (la información no tiene nada que ver con el tema) se recuperan 708 unidades de análisis, distribuidas por años como muestra la siguiente tabla:

Gráfico 10: Unidades de análisis distribuidas por año (2010-2018)

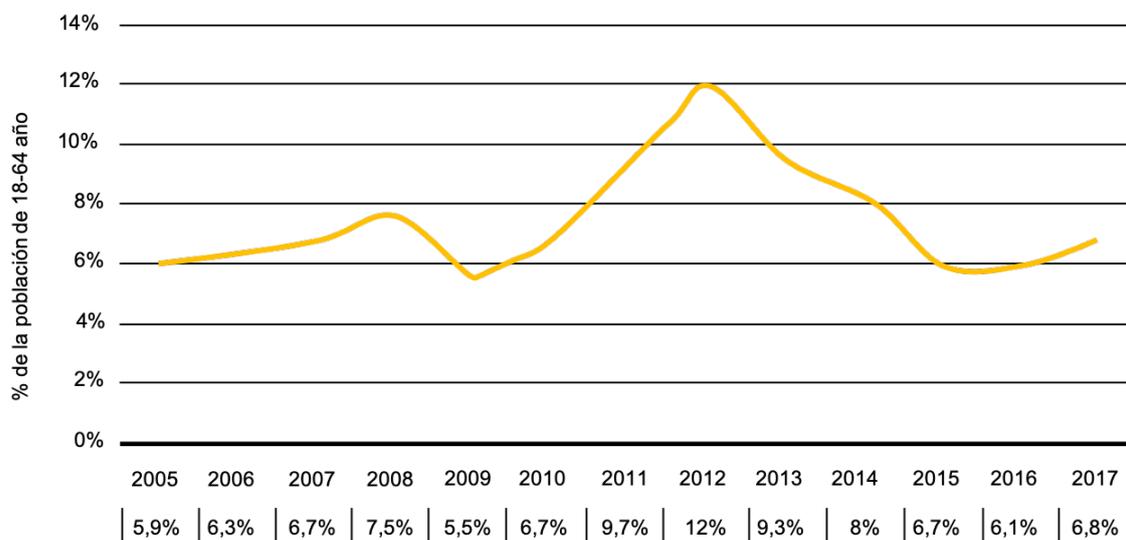


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Tras este vaciado de información, se observa cómo del año 2010 al 2013 el incremento de informaciones es exponencial: de 2011 a 2012, el aumento en cantidad de ítems es del 53,8%, mientras que de 2012 a 2013 el aumento es del 108,33%, cayendo un 12,8% en 2014 y un 1,83% en 2015 para seguir la senda de descenso en 2016 hasta un 10,28% y, por último, repuntar en 2017 un 44,79% para volver a caer en 2018 un 76,26%.

Si se observa el dibujo del gráfico 10, este dato ratifica la hipótesis de este trabajo doctoral que indica que ha habido una ‘burbuja informativa’ alrededor del fenómeno emprendedor, puesto que mientras el número de informaciones sobre este contenido aumenta exponencialmente, como se ha comprobado en el análisis, las cifras de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) española -que mide las iniciativas con menos de 3,5 años de vida en el mercado-, ha aumentado un punto con respecto al año anterior (del 5,2% al 6,2%) y, por primera vez en 8 años, ha superado el umbral del 6%, sin llegar a cifras previas a la crisis, cuando este indicador estaba en el 7,2% (GEM, 2018).

Gráfico 11: Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que espera emprender en los próximos 3 años en España (2005-2017)

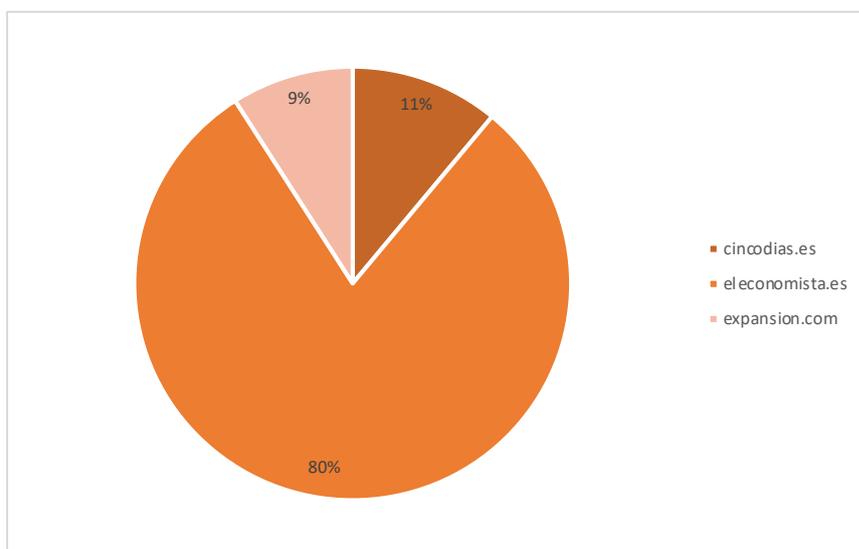


Fuente: GEM, 2018 y elaboración propia.

9.3.1 Medios

Respecto a los medios de comunicación seleccionados y objeto de este estudio, es relevante destacar que es *eleconomista.es* el que mayor cantidad de informaciones ha publicado de los términos seleccionados, con 566 resultados (80% de las apariciones), frente a los 78 de *cincodias.es* (11%) y los 64 de *expansion.com* (9%), tal y como se observa en el gráfico 12.

Gráfico 12: Unidades de análisis distribuidas por medio de comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

El Economista es un diario económico que se lanzó en plena era digital y desde sus inicios, ha contado con versión digital. Ello podría explicar que el tratamiento digital que hace a estas informaciones sea mayor. Salió a la calle el 28 de febrero de 2006, impulsado por tres de los fundadores del diario *El Mundo*: Alfonso de Salas, Juan González y Gregorio Peña. *El Economista* defiende los principios de libre competencia, igualdad de la mujer y transparencia, entre otras cosas. (Morillas, 2017:215).

Por su parte, *Cinco Días* es el diario económico español más antiguo, pues fue creado en 1978. Forma parte del grupo de medios de comunicación PRISA. Desde abril de 2017, la edición digital del diario forma parte del proyecto El País Economía, la mayor plataforma de información económica en español, junto con El País, diario líder en España, y Retina, el sitio de la transformación digital (El País, 2017).

Expansión nace en 1986 con un propósito claro: “renovar, desde una fórmula periodística nueva, los modelos de información económica, empresarial y financiera establecidos hasta entonces en la prensa española” (Expansión, 2006). El objetivo que se planteaba se estructuró en dos grandes pilares: la renovación completa de la información empresarial y la apuesta por la información bursátil y financiera. En sólo un año, *Expansión* se convirtió en el periódico líder de la información económica y empresarial. Pertenece al grupo de medios de comunicación Unidad Editorial (Expansión, 2008).

9.3.2 Dirección web de la noticia

En este campo se ha recabado el link de cada ítem, para poder recuperar cada unidad de análisis a lo largo de la investigación y también de forma posterior, con el objetivo de ampliar las líneas de investigación.

9.3.3 Titular de la noticia

En el caso de los titulares, se han seleccionado los ítems que incluyan el lexema emprend- (‘emprendedor’, ‘emprender’ y ‘emprendimiento’), así como el concepto ‘autónomo’, puesto que, según Sánchez, “el titular periodístico, por lo tanto, determina la interpretación del texto, pero no sólo en el sentido descrito. También lo determina en la medida en que el titular juega con el saber compartido con los lectores (Sánchez, 1990).

En este sentido, el autor hace referencia a la importancia del titular como elemento identificador de la información contenida en la noticia: “Esto no quiere decir que la función identificadora esté ausente de la titulación periodística, sino que, simplemente, pone de evidencia que, en nuestro caso, tal función mantiene una estrecha dependencia del contenido del texto o de su autor, según qué texto periodístico se titule” (Sánchez, 1990).

9.3.4 *Alusión en contexto ajeno*

Como se ha avanzado, este ítem permite ver qué resultados de las informaciones recuperadas en la búsqueda con *MyNews* arrojan resultados cuyo uso del término ‘emprend-‘ o ‘autónomo’ no tiene relación con el contexto que se está analizando en este trabajo doctoral. En concreto, se han localizado 79 titulares (10,04%) que, refiriéndose a los términos anteriormente mencionados, no reflejan el contenido del ítem relacionado con el ecosistema emprendedor. Estos titulares han sido calificados como ‘contexto ajeno’ y eliminados del análisis.

Del mismo modo, se recuperan 33 resultados cuyo uso tiene que ver de forma coyuntural con el contexto aquí empleado, pero no de forma completa (4,66%). Como, por ejemplo:

Titular: Agents & Brokers prevé cerrar más de 200 acuerdos comerciales en el Salón del Emprendedor.

Texto: El espacio de negocios Agents & Brokers, impulsado por el Col·legi Oficial d'Agents Comercials de Barcelona (COACB), prevé cerrar más de 200 acuerdos comerciales en el marco del Salón del Emprendedor, que tendrá lugar los días 15 y 16 de junio en Fira de Barcelona.

Durante dos días, el espacio se convertirá en el punto de encuentro entre emprendedores, profesionales y empresas que quieren promocionarse, buscar colaboradores o establecer nuevas oportunidades de negocio [...]

(eleconomista.es, 13/06/11)

Tabla 6: Número de informaciones por tipo de contexto

Contexto	Número de ítems	Número de ítems (%)
Contexto ajeno	79(*)	10,04
Contexto medio	33	4,66
Contexto completo	675	95,34

(*) Del total de 787 de informaciones susceptibles de ser analizadas.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Por último, como ‘contexto completo’ aparecen el 95,34% de las unidades de análisis recuperadas, lo que indica que la metodología de búsqueda y términos seleccionados son los adecuados, puesto que los resultados obtenidos son pertinentes.

9.3.5 Noticia repetida

Como se avanzaba en el apartado anterior, este campo aporta el dato de cuántas versiones del mismo ítem han aparecido más de una vez con apenas matices en el mismo día: suele ser la misma noticia actualizada con algún matiz o dato nuevo. En este caso, el dato, más que añadir información a la investigación, ayuda a eliminar el ruido. En total, se han encontrado 60 unidades de análisis que contaban a su vez con varias versiones de la misma información, sin aportar valor con cada versión nueva.

9.3.6 Autor

En total, se identifican 96 autores a lo largo del análisis. Destaca que más de la mitad de estos corresponden a agencias de información, exactamente el 56,7%. De estos registros, 343 son de Europa Press, 41 de la Agencia EFE y 18 corresponden a Servimedia. Es decir, se observa que en más de la mitad de las informaciones recuperadas apenas existe elaboración por parte del medio de comunicación.

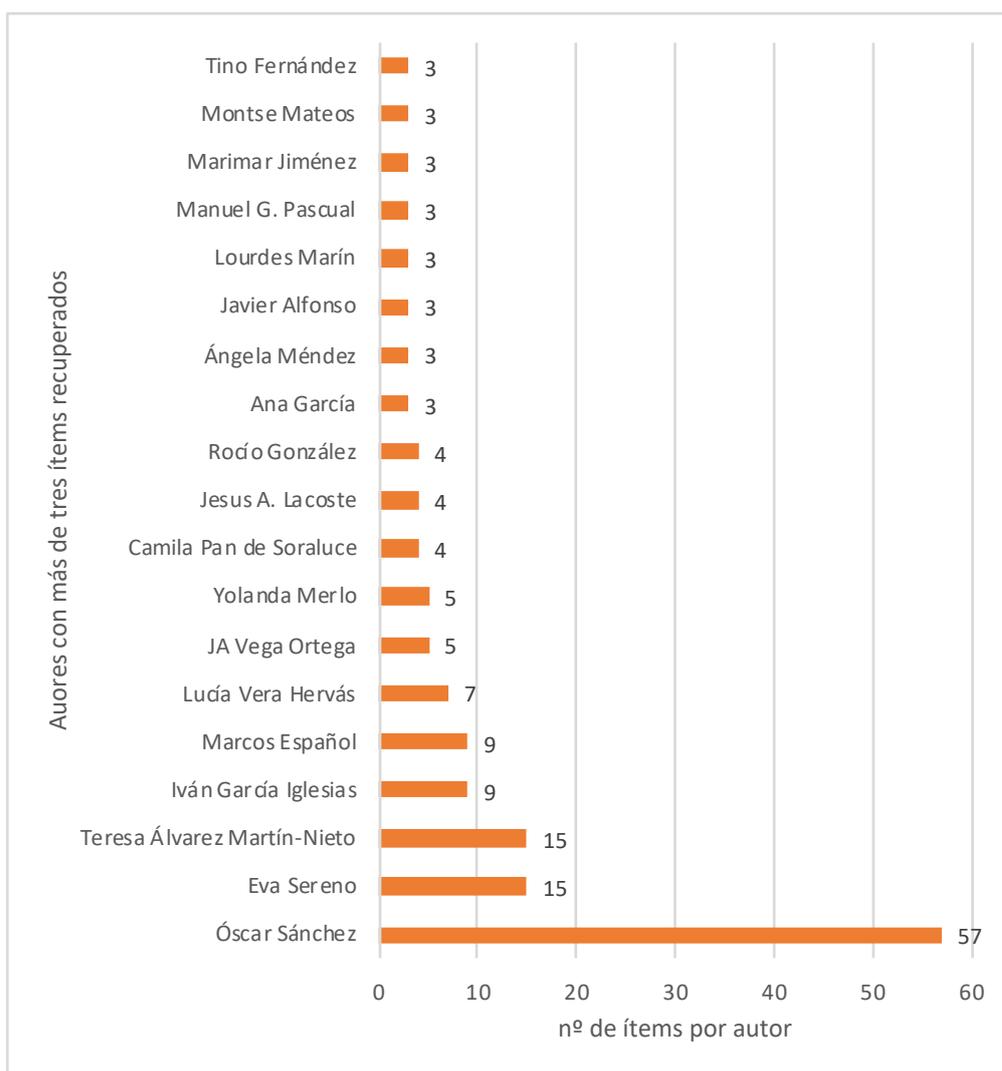
Y es que la rapidez que exige el medio Internet provoca que los redactores publiquen los teletipos sin apenas edición, sin contrastar fuentes y dando la credibilidad a la agencia. Del mismo modo, apenas hay interpretación de la información, y la inexistencia de un

periodo de tiempo entre que ocurre la noticia y su publicación no da lugar a posibles análisis (Sancha, 2005).

Además, Sancha analiza cómo se trabaja la información en la era digital, señalando que la velocidad de Internet ha impulsado que el teletipo sea “el rey”, no se contraste la información, muy al contrario de lo que debe ser el trabajo del periodista. A su vez, el lector percibe que los medios publican punto por punto la misma información (Sancha, 2005).

Respecto al resto, de los 96 autores identificados, 18 autores escriben tres o más artículos puesto que se ha establecido como mínimo esta cantidad para ser considerado un autor reiterativo, como se puede ver en el gráfico 13. Se concluye que se tratan los temas con escasa profundidad y reflexión, se dedican pocos recursos personales y además los periodistas no son recurrentes en el tipo de contenidos que escriben.

Gráfico 13: Autores con más de tres ítems y número de informaciones por autor



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

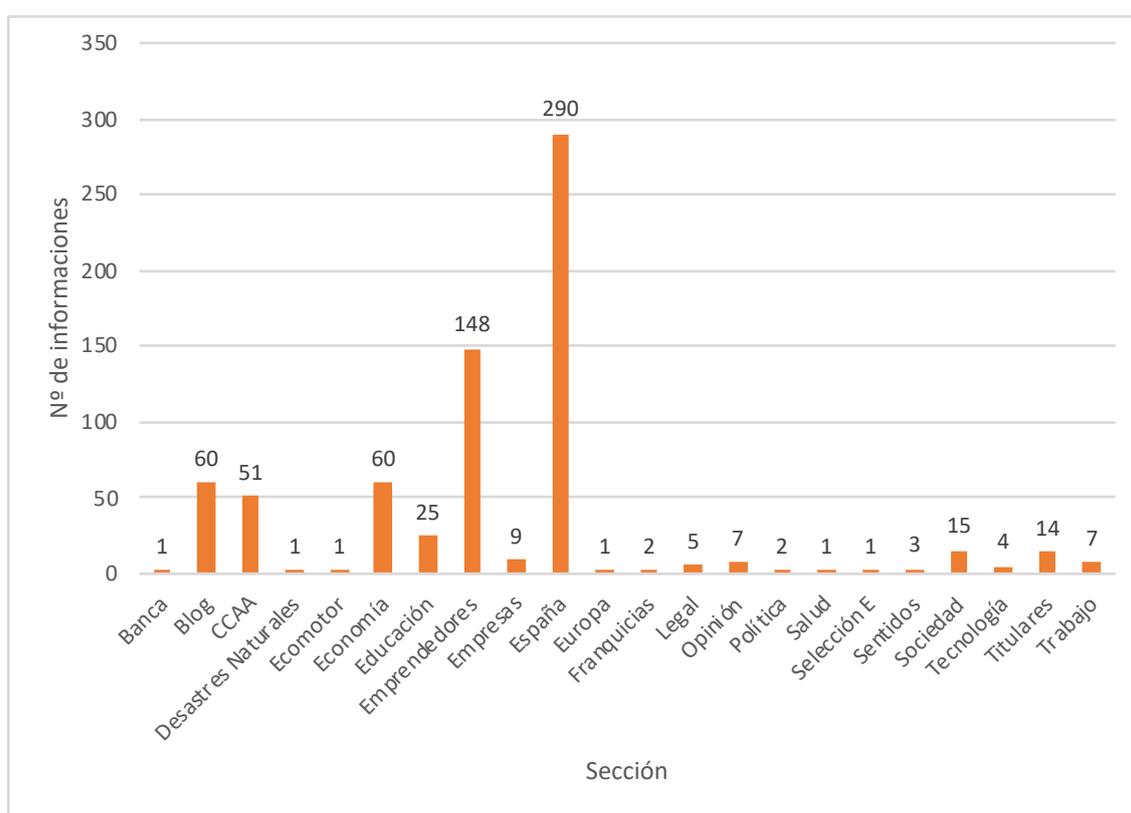
9.3.7 Sección

En cuanto a la nomenclatura de las secciones en las que se dividen las unidades de análisis en los medios de comunicación, se observa dispersión y variedad de secciones a la hora de tratar la información. Además, cada medio de comunicación ha contado y cuenta con diversas secciones, en ocasiones muy parecidas, y cuyos nombres se han ido modificando con los años. Es por ello por lo que se han agrupado las secciones similares en cuanto a temática.

En este sentido, y como se observa en el gráfico 14, destaca especialmente la sección blog, de la que se extraen 60 resultados, todos ellos del 'Blog de Emprendedores' de

eleconomista.es, cuyo autor es Óscar Sánchez. Del mismo modo, aparecen 51 resultados de información de ‘Comunidades Autónomas’ (CCAA), 60 resultados relativos a información de secciones de ‘Economía’, 148 resultados de información relativa a ‘Emprendedores’, 25 resultados de información relativa a ‘Educación’, y destaca el dato de que 290 registros son referentes a la sección ‘España’. Además, 15 registros son de la sección ‘Sociedad’.

Gráfico 14: Secciones en las que aparecen informaciones relacionadas con la búsqueda



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Porcentualmente, los datos revelan que el 41% de las informaciones recuperadas corresponden a la sección ‘España’, donde se recoge información relevante nacional económica. A continuación, y en cuanto al número de informaciones, aparece la sección que se considera propiamente dicha de este tipo de información: la de ‘Emprendedores’. En este caso, el 20,9% de las informaciones pertenecen a secciones relativas a información relacionada con emprendimiento.

Se constata, por tanto, que ha habido un incremento del número de informaciones vinculadas al ámbito del emprendimiento, con 1 de cada 5 informaciones ubicadas en este ámbito. Este hecho refuerza la hipótesis planteada de que los medios de comunicación han hecho un tratamiento más intensivo de informaciones relativas al fenómeno emprendedor.

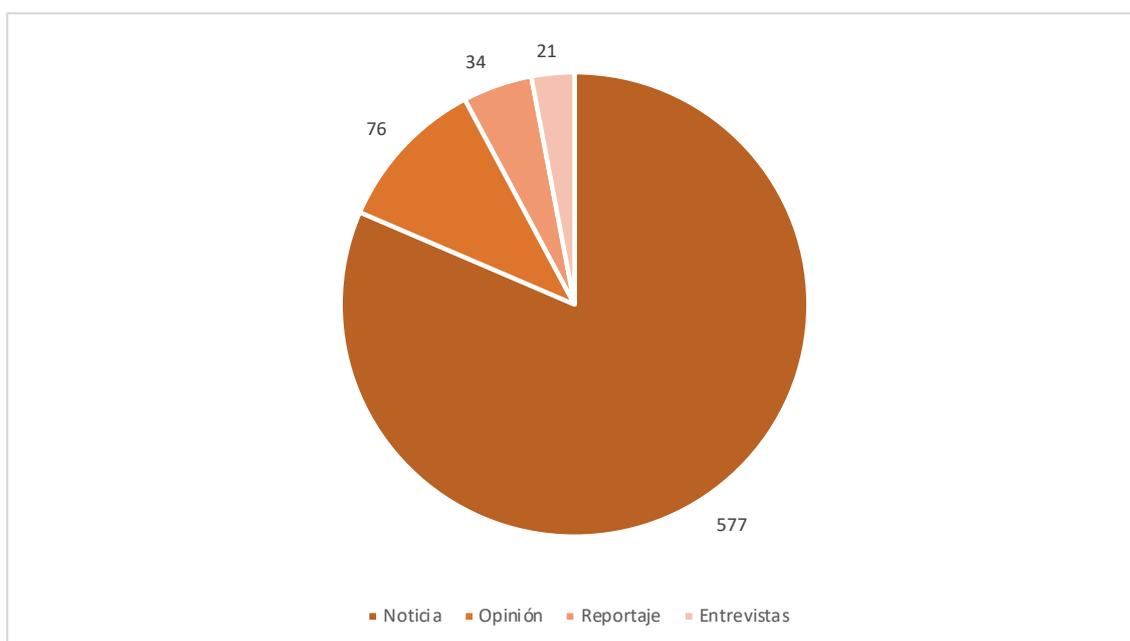
9.3.8 Género

En este campo se han analizado los diferentes géneros periodísticos (Casasús, J. M., & Ladevéze, L. N. 1991), presentes en los medios de comunicación seleccionados. Según esta clasificación, 577 resultados corresponden a ‘noticias’ (81,5%), 76 resultados son de ‘opinión’ (10,7%), 34 ítems son ‘reportajes’ (4,8%) y los 21 restantes están formulados como ‘entrevistas’ (3%).

Este dato revela que la gran mayoría de ítems se formulan como ‘noticia’, que es un género en el que destaca especialmente la novedad del contenido, lo sorprendente, o un hecho inédito de interés general (Martínez Albertos, 2001). Como se observa a lo largo del análisis, las noticias se adaptan al espacio y tiempo disponibles de cada medio de comunicación.

Por tanto, ninguno de los medios de comunicación analizados ha dedicado espacio a analizar información relativa al fenómeno emprendedor, dado que la cantidad de ítems recuperados relativos a ‘reportajes’, el género periodístico que permite el análisis, no llega al 5%.

Gráfico 15: Número de artículos por género periodístico



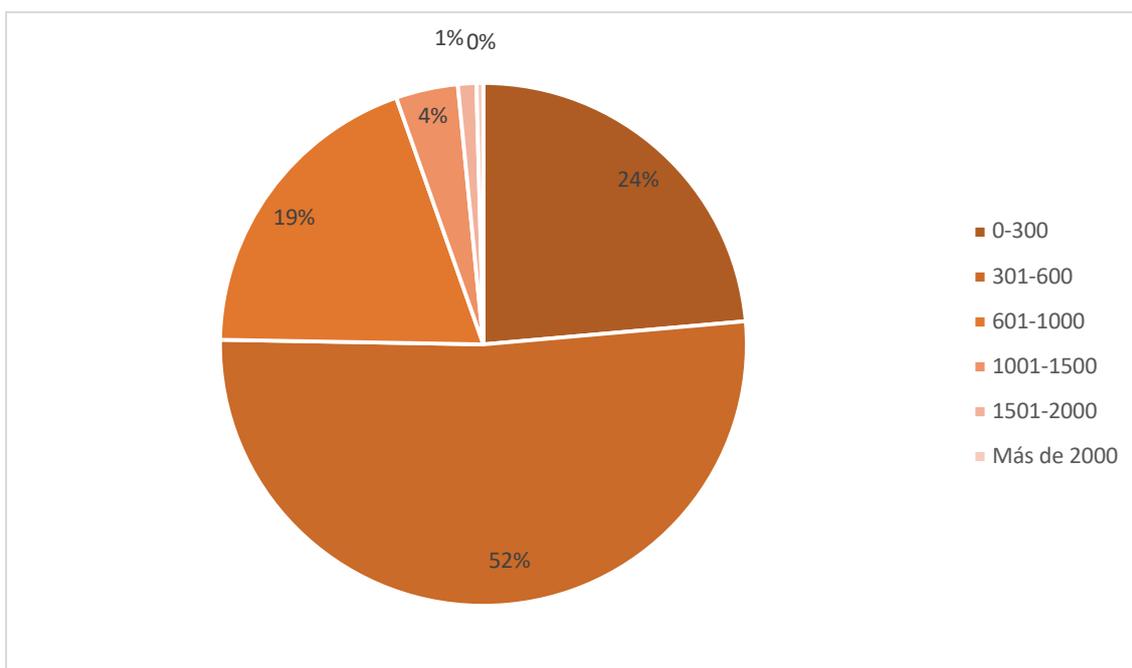
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.3.9 Extensión

En el apartado de extensión, se valora la cantidad de palabras que el autor del texto ha dedicado a cada noticia para poder tener una percepción de la importancia que le otorga en cuanto al espacio que le dedica.

Los expertos invitan a que las noticias en internet no tengan una extensión muy larga: “En Internet, el cuerpo del texto debe ser más corto que en la prensa. Se recomienda no superar los cinco párrafos y no más de dos niveles hipertextuales (es decir, dos enlaces). Es imprescindible que el periodista combine las frases largas con otras cortas” (Cañigral, 2015)

Gráfico 16: Extensión de las informaciones



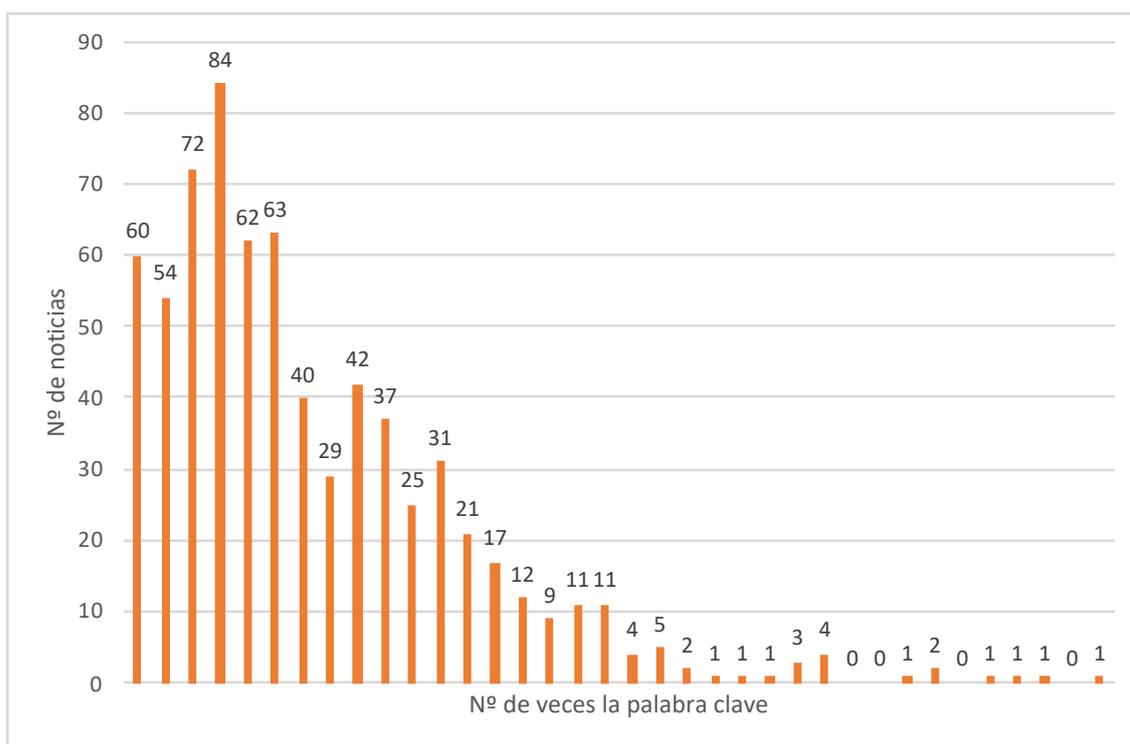
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Como se puede apreciar en el gráfico 16, más de la mitad de las unidades de análisis (52%) cuentan con una extensión media de entre 300 y 600 palabras. Los ítems con menos de 300 palabras son el segundo grupo en orden de importancia (24%). En definitiva, dos terceras partes de los ítems analizados cuentan con una extensión no superior a 600 palabras, lo que refleja textos cortos, que dejan poco espacio al análisis y que se corresponden con el formato noticia.

9.3.10 Palabras clave

En este ítem revela el número de veces que aparece el lexema *emprend-* tanto en el titular como en el cuerpo de la noticia. Como se observa en el gráfico 17, el número de veces que más se repite es 3 veces por artículo. Consecuentemente, se repite pocas veces el término *emprend-* usado para buscar las noticias y, por tanto, una mayor frecuencia de repetición del lexema no indica mayor pertinencia del artículo respecto al tema.

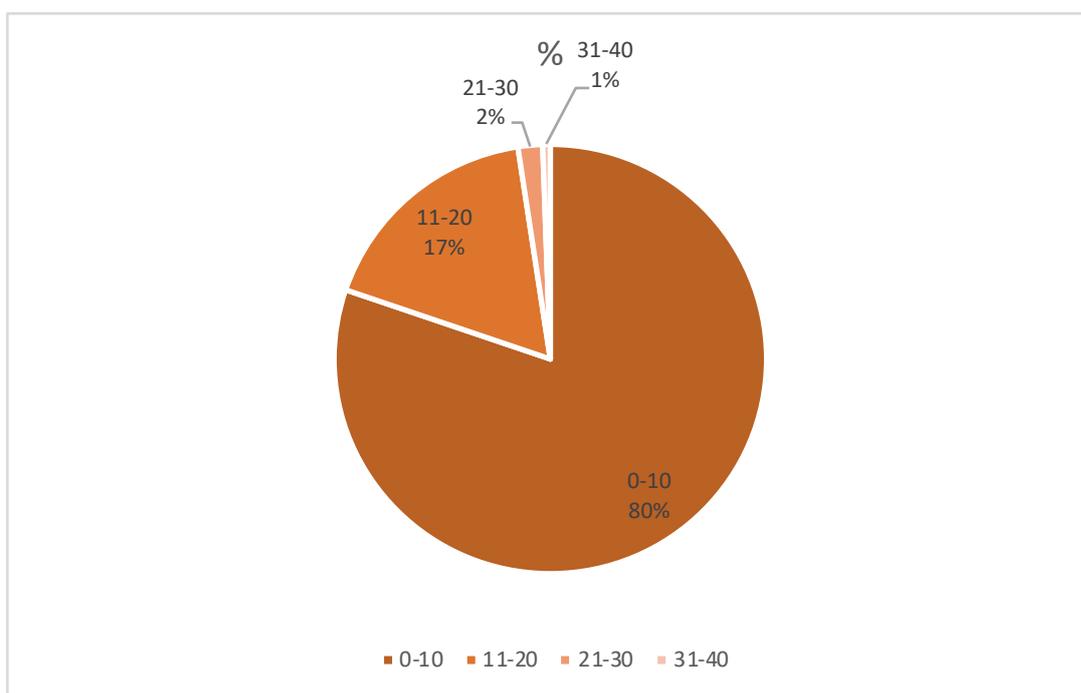
Gráfico 17: Repetición de las palabras clave por información



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Además, conforme aumenta la frecuencia con la que se repite el lexema seleccionado, disminuye el número de artículos. Se da, por tanto, una relación inversamente proporcional, en la que a mayor frecuencia de repeticiones del lexema emprend-, menos ítems se registran. Si se agrupa esta información como refleja el gráfico 18, se ve claramente que el 80% de las informaciones repiten menos de 10 veces el lexema emprend- en sus textos, mientras que el 17% cuenta con entre 11 y 20 repeticiones. Solo el 2% de los ítems incluye entre 21 y 30 repeticiones y un 1% más de 30.

Gráfico 18: Ítems por frecuencia de palabras clave



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.3.11 Social

A lo largo de las informaciones analizadas, se observa que 479 de estas tienen que ver con emprendimiento social. Lo más destacado es que el aumento confirma la tendencia apuntada por el GEM en su informe de 2016, en el que se apunta un aumento del emprendimiento social (GEM, 2016).

9.3.12 Apoyo fotográfico y textos de apoyo

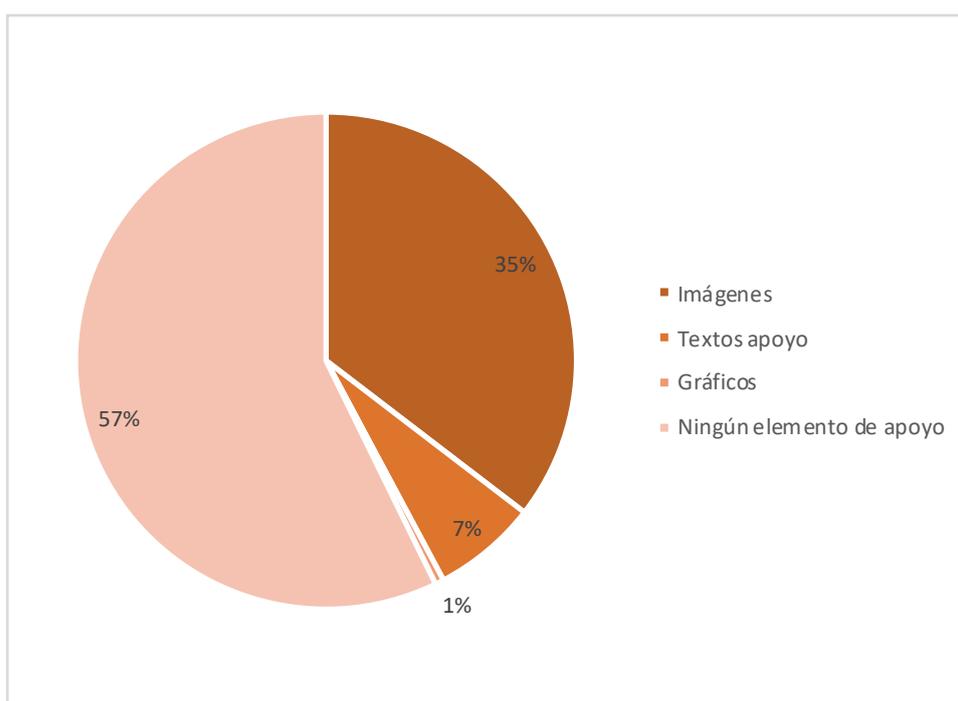
Para analizar los tres ítems siguientes: apoyo fotográfico, despieces o textos de apoyo y gráficos, este trabajo doctoral se basa en el gráfico 19. La conclusión más relevante es que el 57,2% de los registros analizados no incluye ningún elemento de apoyo.

De esta forma, se pretende destacar que, en la medida en que los autores han aportado información de apoyo a las noticias, están dándole mayor peso o importancia (y también espacio) a cada ítem.

En este sentido, 251 unidades de análisis incluyen imágenes: de éstas, 237 cuentan con una fotografía, mientras que cinco aportan dos imágenes, dos ítems cuentan con tres imágenes, siete ítems incluyen un vídeo, y una de ellas se ilustra con imagen y vídeo.

Del mismo modo, del total de informaciones analizadas (708), 48 incluyen textos de apoyo. El número de ítems que incluyen gráficos de apoyo es de cuatro.

Gráfico 19: Ítems que contienen elementos de apoyo



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.3.13 Fuentes autorizadas y oficiales

Este apartado permite conocer si el periodista se ha documentado a la hora de elaborar el contenido y se observa que 592 de los ítems analizados (83,6%) cuentan con fuentes de información oficiales como organismos públicos, expertos o autoridades, entre otros que refuerzan la información que el periodista aporta.

9.3.14 Fuentes no oficiales (Testimonios)

Las fuentes personales hacen referencia a personas anónimas que no necesariamente están reconocidas en el ámbito emprendedor como expertos. En este caso, 88 resultados corresponden a esta categoría. Es decir, el 12,4% de los registros analizados incluyen fuentes no oficiales.

9.4 Análisis por ítems cualitativos

9.4.1 Tratamiento

El tratamiento de la información es uno de los aspectos relevantes que se analiza en este trabajo doctoral, que parte de la hipótesis de que los medios de comunicación tratan de forma ‘positiva’ la información (se trata de forma optimista, se plantean casos de éxito como ejemplo, y se busca que sean modelo para emprendedores), ‘neutro’ (se cuenta la información sin ningún tipo de valoración), o bien se trata ‘negativamente’ la misma.

Una de las subhipótesis está reforzada con este ítem puesto que, de los 708 resultados, 28, el 4% de las informaciones, son noticias que dan un sesgo ‘negativo’ del fenómeno emprendedor, tal y como recoge el gráfico 20. Un ejemplo puede ser:

Titular: Las medidas del Gobierno asfixian a los emprendedores

Texto: Javier Noriega, presidente de AJE Málaga, pide al Ejecutivo de Mariano Rajoy medidas que apoyen, y no que asfixien, a los autónomos y emprendedores. Cree que la subida del IVA destruirá empleo y tejido empresarial [...]

(eleconomista.es, 30/07/2012)

En cuanto a contenido ‘neutro’, se encuentran 31 resultados. Este sería un ejemplo:

Titular: Inteligencia emocional para emprender

*Texto: Disponer de un elevado capital para montar un gran negocio, contar con un excelente plan de financiación o ser una persona creativa pueden ser aspectos necesarios durante los **primeros pasos por el camino de los emprendedores**.*

*Sin embargo, una vez que la empresa ya está lista para funcionar y **cautivar al público**, hay otros elementos que pasan a ser primordiales para tener éxito en la vida y, sobre todo, en los negocios [...]*

(eleconomista.es, 25/01/2013)

Y los 649 restantes, es decir, el 92% de los ítems, son resultados de contenido ‘positivo’, que tratan el fenómeno emprendedor de una forma optimista, contando casos de éxito o explicando las bondades de emprender. De esta forma, el tratamiento de la noticia proporciona al lector una visión favorable.

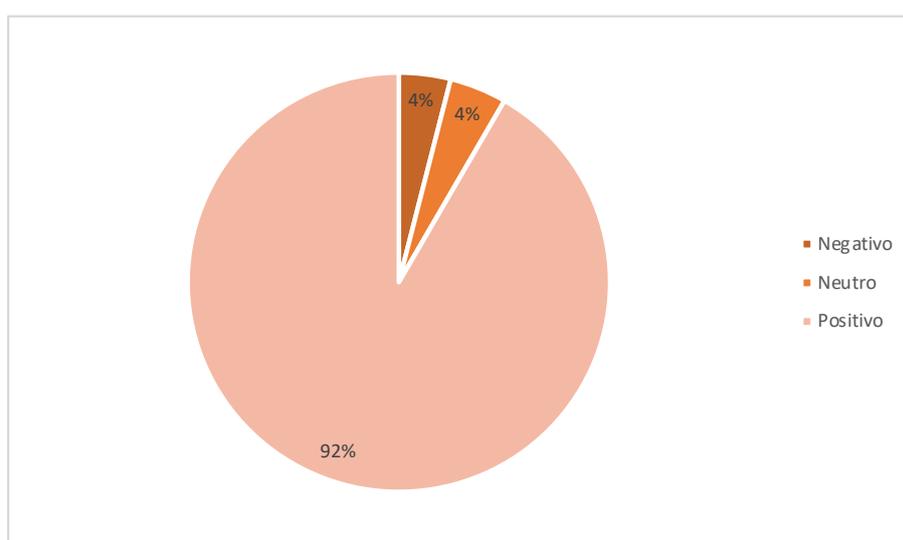
Titular: *El cuidado personal, un sector atractivo para emprender*

Texto: Los negocios de belleza tienen clientela asegurada. Pero para captarlos hay que definir un punto de diferenciación, un precio asequible, cumplir con lo prometido y contar con la opinión del público.

Mientras otros sectores empresariales acumulan descensos en sus ventas, la cosmética y la belleza no sólo sobreviven, sino que ven crecer su demanda y sus datos de crecimiento. A malos tiempos, al menos, buena cara. Según datos de la consultora DBK, España consume siete mil millones de euros al año en productos de perfumería y cosmética [...]

(expansion.com, 15/06/12)

Gráfico 20: Tratamiento de la información en las unidades de registro



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.4.2 Tipología

En este apartado se propone una taxonomía de elaboración propia basada en la observación de los contenidos que hablan de emprendimiento, con la siguiente clasificación:

Tabla 7: Tipología de informaciones

TIPOLOGÍA DE INFORMACIONES	Nº DE INFORMACIONES
Caso de éxito/historia personal	15
Caso de éxito	157
Casos de éxito/Otros	2
Estudio	34
Fracaso	19
Historia personal	16
Iniciativa privada	115
Iniciativa pública	253
Mixto	32
Normativa	52
Otros	9
Formación	4

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En este sentido, 174 de los resultados corresponden a casos de éxito, divididos en: 157 casos de éxito, 15 casos de éxito/historia personal y 2 casos de éxito/otros. Es decir, el 24,58% de las informaciones analizadas relatan casos de éxito de emprendimiento, frente a las 19 historias de fracaso encontradas, esto es, el 2,68%, lo que refleja el interés por contar historias en positivo y no en negativo.

Del mismo modo, este resultado obtenido apoya la percepción de la población sobre el tratamiento que hacen los medios de comunicación en general sobre el fenómeno emprendedor.

“El 49,6% de la población de 18-64 años entrevistada ha percibido que los medios de comunicación suelen difundir casos de éxito de emprendimiento en su lugar de residencia. Al menos en las últimas cuatro ediciones, existe una tendencia cada vez más cercana al 50% de la población entrevistada hacia el reconocimiento del papel de los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento, siendo

mayor el énfasis en el grupo de personas involucradas en el proceso emprendedor” (GEM, 2016:46).

Además, el resultado revela que muchas de las informaciones corresponden a estudios (34 de ellas, el 4,8%), 16 a historias personales (2,26%), y 400 de las informaciones hacen referencia a iniciativas (públicas, privadas o mixtas), relacionadas con el emprendimiento: 115 noticias hacen referencia a iniciativas privadas, 253 son iniciativas públicas, 32 son mixtas (publico-privadas). En total, las unidades de análisis que hacen referencia a iniciativas presentan el 56,5% del total. Además, 52 ítems se refieren a normativa (7,34%).

En definitiva, se observa que uno de cada cuatro registros analizados sobre el corpus de este trabajo doctoral relata casos de éxito.

9.5 Análisis con cruce de variables

A continuación, se van a relacionar las variables analizadas entre ellas, con el objetivo de extraer conclusiones relevantes para la investigación. Se plantean los cruces de dos variables como puede observarse en la tabla 8, en la que se estudia previamente qué variables cruzadas contribuyen a responder a los objetivos o las hipótesis planteadas. En total, se han analizado 37 cruces de datos que aportan información relevante en la investigación.

En la tabla 8 se ha marcado una columna con todos los ítems analizados que se cruza con diversas filas en las que aparecen de nuevo estos ítems. Se han marcado en verde los cruces llevados a cabo, que además incluyen el punto en el que se desarrollan. En gris sombreado se marcan los cruces que ya se ha analizado previamente si aportaban o se observa que con el cruce no se va a obtener información relevante. De esta forma se da un salto del análisis cualitativo al cuantitativo, al relacionar dos variables que estudiadas en su conjunto desvelan información relevante.

Tabla 8: Cruce de ítems para análisis

	Autor	Medio	Fecha	Sección	Género	Extensión	Tratamiento	Palabras clave emprend- (num. Veces)	Tipología	Alusión en contexto ajeno	Fuentes autorizadas (oficiales)	Fuentes no autorizadas (testimonios)	Apoyo fotográfico	Apoyo gráficos	textos apoyo
Autor															
Medio															
Fecha															
Sección															
Género															
Extensión															
Tratamiento															
Palabras clave emprend- (num. Veces)															
Tipología															
Alusión en contexto ajeno															
Fuentes autorizadas (oficiales)															
Fuentes no autorizadas (testimonios)															
Apoyo fotográfico															
Apoyo gráficos															
Textos apoyo															

Fuente: Elaboración propia.

9.5.1 Autor y Medio

La intersección de datos de ‘autor’ y ‘medio de comunicación’ permite concluir que *eleconomista.es* es el ‘medio’ analizado que más utiliza las agencias como fuente (y autor) para elaborar sus noticias. Así, 378 de las piezas analizadas de *eleconomista.es* están firmadas por agencias de información (Europa Press, EFE o Servimedia). La cifra difiere de lo que hacen *cincodias.es* y *expansion.com*, dado que en el primer caso solo hay un ítem analizado que corresponde a agencias, mientras que, en el segundo, 23 informaciones.

Este dato apunta al diferente tratamiento que hace cada ‘medio’ del fenómeno emprendedor. Y por tanto, se apunta a que *eleconomista.es*, a pesar de aportar el 80% de los ítems analizados sobre el ecosistema emprendedor, no profundiza en el tratamiento de los mismos, al firmar como ‘agencias de información’ el 66,6% de los contenidos relativos al objeto de estudio. En este cruce de variables, se observa que en total se identifican 96 ‘autores’, de los que 31 corresponden a *cincodias.es*, mientras que *eleconomista.es* cuenta con 52 ‘autores’, frente a los 22 de *expansion.com*.

De los 30 ‘autores’ pertenecientes a *cincodias.es*, como recoge la tabla 9, se identifican que solo cinco son recurrentes -firman tres artículos o más- en rubricar contenidos relacionados con los ítems analizados (Iván García Iglesias, J.A. Vega Ortega, Lucía Vera Hervás, Manuel G. Pascual, Rocío González y Teresa Álvarez Martín-Nieto) mientras que el resto firma una o dos informaciones.

Del mismo modo, siete de las informaciones que se han recuperado de la cabecera (de un total de 78), están firmadas por el propio medio (cinco noticias y dos editoriales). En definitiva, del total de artículos de *cincodias.es*, solo 44 de ellos (56,4%), están firmados por redactores especializados en el ámbito emprendedor. Lo más destacado es que *cincodias.es* cuenta con una única información firmada por agencias.

Tabla 9: Autores firmantes bajo la cabecera cincodias.es

Autor	Nº de informaciones
AGENCIAS	1
Alfonso Simón	1
Amanda Andrades	1
Ana Muñoz Vita	1
Ana Sánchez Martínez	1
Carlos Otiniano Pulido	1
Cinco Días	5
Editorial	2
Eva M. Blázquez Agudo	1
Iván García Iglesias	9
JA Vega Ortega	5
Jose Antonio Calvo Martínez	1
Jose Manuel Leceta/Alejandro Tosina	1
Laura Salces	1
Lucía Vera Hervás	7
M.G.P.	1
Manuel G. Pascual	3
MANUEL G. PASCUAL / PAZ ÁLVAREZ	1
Manuel Pascual González	1
María Marco Carrillo	1
Marimar Jiménez	3
Mario Moreno	1
Merce Redondo	1
Pablo Sempere	1
Patricia Malagón	1
Raúl Díaz Guijarro	1
Rocío González	4
Sin autor	1
Teresa Álvarez Martín-Nieto	15
Yolanda Merlo	5

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Algo similar ocurre con *expansion.com*, donde de los 21 ‘autores’ recuperados en la búsqueda, solo cuatro firman, al menos, tres informaciones relacionadas con los ítems buscados (Ángela Méndez, Marcos Español, Montse Mateos y Tino Fernández). En total, de las 64 informaciones analizadas de este ‘medio’ de comunicación especializado, 20 están firmadas por un ‘autor’ especializado en la redacción de contenidos para emprendedores.

En este caso, además, destaca que, de las 64 informaciones analizadas de esta cabecera, 20 de ellas (35,3%), están firmadas por agencias de información. Este dato refleja que no son contenidos elaborados por los periodistas del propio medio, sino extraídos de teletipos y, por ende, con escaso trabajo de redacción por parte del ‘autor’.

Tabla 10: Autores firmantes bajo la cabecera expansion.com

Autor	Nº de informaciones
A. Bustillo y M. Mateos	1
AGENCIAS	23
Ángel Álvarez	1
Ángela Méndez	3
Arancha Bustillo	2
Arancha Bustillo y Angela Méndez	2
Comunicado	1
E. Arrieta	1
Enrique Calatrava	1
Expansión	3
Gonzalo Alvarez de Neyra	1
Juan Alberto Gómez	1
Julia Brines	1
M.G. Mayo	1
Marcos Español	9
Mercedes Serraller	1
Miguel Roig	1
Montse Mateos	3
Quique Rodríguez	1
Sin autor	4
Tino Fernández	3

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *eleconomista.es*, es el ‘medio’ que mayor cantidad de informaciones contiene en el periodo analizado, exactamente, 566 (80% de los resultados). Es, por tanto, el ‘medio’ que mejor permite observar la evolución de informaciones. En este caso, tampoco se puede afirmar que la mayoría de las informaciones estén elaboradas por expertos, sino que tan solo existen siete ‘autores’ recurrentes (Ana García, Camila Pan de Soraluce, Eva Sereno, Javier Alfonso, Jesús A. Lacoste, Lourdes Marín y Óscar Sánchez).

En total, estos ‘autores’ han elaborado el 15,6% de las informaciones (89 contenidos recuperados). En este caso, además, 57 de las informaciones pertenecen al blog de ‘Óscar Sánchez, especializado en emprendimiento. Por tanto, se observa que este medio de comunicación no cuenta con periodistas especializados en emprendimiento que recurrentemente realicen las informaciones relativas a este contenido.

En el caso de *eleconomista.es* destaca especialmente la cantidad de informaciones procedentes de agencias, que son 378, lo que representa el 66,6% de los resultados recuperados. Este dato refleja que cerca de dos tercios de las informaciones que ha publicado *eleconomista.es* en el periodo analizado corresponden a informaciones poco

Tabla 11: Autores firmantes bajo la cabecera *eleconomista.es*

Autor	Nº de informaciones	Autor	Nº de informaciones
AGENCIAS	378	Javier Alfonso	3
Alejandra Ortiz-Echagüe	1	Jesus A. Lacoste	4
Ana García	3	JJS	1
Angeles Caballero	1	José Luis Larrea	1
Antonio Martín	1	José María Camacho	1
Beatriz Triper	2	José María Triper	1
C.P.S.	1	Juan Rosell Lastortras	1
Camila Pan de Soraluce	4	Laura Bartolomé	1
Carlos Minguez y Mario García	1	Lourdes Marín	3
Carmen García	1	Lucio A. Muñoz	1
Comunicado	2	M.D.I.	1
Ecoaula.es	24	María Dominguez	1
Ecodiario.es	1	Miguel A. Blanco Cedrún	1
ECOMOTOR	1	N. García	1
Editorial	2	Noelia García	2
eleconomista.es	22	Olivia Fontanillo	2
Esaú Alarcón	1	Oscar Gomez	1
Esther Porta	2	Oscar Sánchez	57
Eva Moreno	1	Pepa Montero	1
Eva Sereno	15	R. Pérez Solero	1
Fabián Varas	1	R.D.	1
Fernando González/Angeles Caballero	1	Sin autor	7
Germán López	1	Virginia Gonzalvo (P)	1
Infoautónomos	1	Xavier GilPecharromán	1
Ismael Labrador	1	Yolanda García	1
J.C	1		

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

elaboradas o tratadas. Del mismo modo, en este caso existen 45 informaciones firmadas por el propio medio (ecoaula.es, *eleconomista.es*...), que también reflejan que no hay ningún redactor que rubrique su autoría.

9.5.2 Autor y Género

Puesto que la mayoría de los contenidos recuperados (81,5%) son noticias, gran parte de los autores son periodistas de cada cabecera. Si se observa la tabla 12, lo más destacado es que existe gran dispersión de autores, en función del género, lo que también revela que no existe realmente una especialización. Otro de los datos principales que se observan es que, por géneros, la noticia es la que repite de forma masiva el autor ‘agencias’ (396 de los ítems analizados), pero existen cinco reportajes y una entrevista.

Otro dato relevante tras la observación del cruce de información es que Óscar Sánchez, autor de ‘Blog de Emprendedores’ acumula 56 artículos de opinión, género al que se atribuyen prácticamente todos los ítems que se han analizado de este autor.

Tabla 12: Cruce de autores y género de los ítems analizados

Autor	Entrevista	Noticia	Opinión	Reportaje
A. Bustillo y M. Mateos				1
AGENCIAS	1	396		5
Alejandra Ortiz-Echagüe		1		
Alfonso Simón		1		
Amanda Andrades		1		
Ana García	1	2		
Ana Muñoz Vita				1
Ana Sánchez Martínez				1
Angel Alvarez		1		
Ángela Méndez		2		1
Angeles Caballero				1
Antonio Martín			1	
Arancha Bustillo		1		1
Arancha Bustillo y Angela Méndez				2
Beatriz Triper		2		
C.P.S.		1		
Camila Pan de Soraluce	1	3		
Carlos Minguez y Mario García			1	
Carlos Otiniano Pulido		1		
Carmen García	1			
Cinco Días	1	3		1
Comunicado		3		
E. Arrieta		1		
Ecoaula.es		24		
Ecodiario.es		1		
ECOMOTOR		1		
Editorial			4	
eleconomista.es		19	2	1
Enrique Calatrava			1	
Esau Alarcón			1	
Esther Porta		1		1
Eva M. Blázquez Agudo			1	
Eva Moreno		1		
Eva Sereno		15		
Expansión		3		
Fabián Varas			1	
Fernando González/Angeles Caballero		1		
Germán López			1	
Gonzalo Alvarez de Neyra			1	
Infoautónomos		1		
Ismael Labrador	1			
Iván García Iglesias		8		1
J.C		1		
JA Vega Ortega		4		1
Javier Alfonso	3			
Jesus A. Lacoste	3	1		
JJS	1			
Jose Antonio Calvo Martínez	1			
José Luis Larrea			1	
Jose Manuel Leceta/Alejandro Tosina			1	
José María Camacho	1			
José María Triper		1		
Juan Alberto Gómez		1		
Juan Rosell Lastortras			1	
Julia Brines		1		
Laura Bartolomé				1
Laura Salces	1			
Lourdes Marín		3		
Lucía Vera Hervás		6		1
Lucio A. Muñoz			1	
M.D.I.		1		
M.G. Mayo		1		
M.G.P.		1		
Manuel G. Pascual		2		1
MANUEL G. PASCUAL / PAZ ÁLVAREZ				1
Manuel Pascual González		1		
Marcos Español			9	
María Dominguez	1			
María Marco Carrillo		1		
Marimar Jiménez		3		
Mario Moreno		1		
Merce Redondo		1		
Mercedes Serraller				1
Miguel A. Blanco Cedrún		1		
Miguel Roig		1		
Montse Mateos				3
N. García		1		
Noelia García		2		
Olivia Fontanillo	1	1		
Oscar Gomez			1	
Oscar Sánchez		1	56	
Pablo Sempere		1		
Patricia Malagón		1		
Pepa Montero				1
Quique Rodríguez		1		
R. Pérez Solero	1			
R.D.		1		
Raúl Díaz Guijarro		1		
Rocío González		3		1
Sin autor	1	9	1	1
Teresa Álvarez Martín-Nieto		13		2
Tino Fernández		1		2
Virginia Gonzalvo (P)		1		
Xavier GilPecharromán		1		
Yolanda García	1			
Yolanda Merlo		4		1

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En definitiva, se observa escasa especialización en las informaciones, y gran dispersión de autores. Este hecho denota que el tratamiento de la información del ecosistema emprendedor no cuenta con un equipo de redactores especializados, sino que, en función de las necesidades, cada vez es un redactor quien lleva a cabo la redacción del contenido.

9.5.3 Medio y Fecha

A la hora de analizar el total de informaciones recuperadas y cruzarlas con la variable año, se observa que el aumento del número de informaciones crece de forma progresiva hasta el año 2013, mientras que, a partir de 2014, comienza a caer para volver a tener un repunte importante en 2017 y volver a caer en 2018, como se ve en la tabla 13.

En la misma tabla se observa claramente que el año con mayor cantidad de informaciones es 2017, cuando se han recuperado 139 noticias que corresponden al 19,63% del total de contenidos analizados. Por el contrario, y dejando aparte el año 2010 en el que no se recupera ninguna información, es el año 2018, momento en que la burbuja comienza a desinflarse, cuando menos informaciones se han recuperado: 33 contenidos, una cifra muy similar al año 2011, lo que demuestra la existencia de una burbuja informativa.

Tabla 13: Evolución de las informaciones analizadas por año y crecimiento/caída anual

AÑO	INFORMACIONES	% DEL TOTAL	VARIACION (%)
2010	0	0	
2011	39	5,51	
2012	60	8,47	53,85
2013	125	17,66	108,33
2014	109	15,40	-12,80
2015	107	15,11	-1,83
2016	96	13,56	-10,28
2017	139	19,63	44,79
2018	33	4,66	-76,26

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Aunque el análisis de esta tesis doctoral comienza en el año 2010, se observa que durante ese ejercicio tan solo se recuperan cinco informaciones relevantes, pero que no pueden ser consultadas, al dar error su acceso.

Tabla 14: Ítems analizados por año y medio

Fecha	cincodias.es	eleconomista.es	expansion.com
2011	4	34	1
2012	7	47	6
2013	6	109	10
2014	4	92	13
2015	17	80	10
2016	18	70	8
2017	7	124	8
2018	15	10	8

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Por tanto, el análisis real comienza a partir del año 2011, en el que se recuperan un total de 39 ítems susceptibles de ser analizados. De este cómputo global, cuatro pertenecen a *cincodias.es*, una a *expansion.com* y, por último, los 34 restantes son de *eleconomista.es*. Desde el principio se observa claramente cómo este último medio es el que más cantidad de contenido está publicando con mucha diferencia (87,1% de las informaciones recuperadas en 2011).

Y esta tendencia se mantiene invariable en los siguientes años. En 2012, *cincodias.es* publica siete ítems, mientras que *eleconomista.es* llega a los 47 contenidos recuperados, y en el caso de *expansion.com* se han recuperado seis unidades de análisis. En total, 60 registros. La diferencia entre la cantidad de ítems por medios de comunicación se hace más importante en el año 2013, ejercicio en el que en el *eleconomista.es* se recuperan 109 ítems para analizar, mientras que en *cincodias.es* se consiguen recuperar cinco y en *expansion.com* se llega a 11 contenidos. En total, 125 registros a analizar.

Conforme evolucionan los ejercicios, la diferencia en cuanto cantidad de ítems por medio de comunicación analizado se hace más notable. En el caso del año 2014, el 84,4% de las unidades de análisis hace referencia a los contenidos publicados por *eleconomista.es*,

mientras que *cincodias.es* tan solo cuenta con cuatro informaciones recuperadas (0,36%) y *expansion.com* recupera 13 contenidos (12%).

El año 2015 sigue la tendencia del ejercicio anterior, con un total de 107 ítems y, sin embargo, los medios que hasta ahora contaban con menos unidades de análisis sí que reflejan un aumento de las informaciones. Así, *cincodias.es* es un medio que cuenta con 16 contenidos en este ejercicio (15%), mientras que *expansion.com* llega hasta los diez ítems (9,3%), frente a las 81 unidades de análisis recuperadas de *eleconomista.es* (75,7%).

En el año 2016, el número de ítems recuperados cae levemente hasta las 96 piezas, de las que un 65,4% (70 unidades de análisis) corresponden a las informaciones publicadas por *eleconomista.es*. Por su parte, de *cincodias.es* se han recuperado 18 contenidos, lo que representa un 16,8%, y en el caso de *expansion.com*, el número de ítems analizados en 2016 ha sido de ocho (7,4%).

En el año 2017 hay un leve repunte del número de ítems, alcanzando las 139 apariciones. De esta cantidad, solo el 5% de las informaciones (7 contenidos) corresponden a *cincodias.es*, mientras que *expansion.com* tiene el 5,7% de las informaciones. De nuevo, el medio de comunicación analizado que más contenidos ha recogido es *eleconomista.es*, con el 89,2% de las apariciones (124 contenidos recuperados).

Por último, en el año 2018 se produce una sustancial caída del 76,6% en cuanto al número de informaciones, alcanzando un total de 33. En este año se produce un cambio de tendencia entre las cabeceras, siendo *cincodias.es* la que mayor cantidad de ítems recoge (15 informaciones), esto es, el 45,4% del total de unidades de análisis recuperadas del año. A la vez, *eleconomista.es*, aparece como cabecera en diez de las informaciones (30,3% del total del ejercicio), y el resto, ocho informaciones, son las que recoge en *expansion.com* (5,7%).

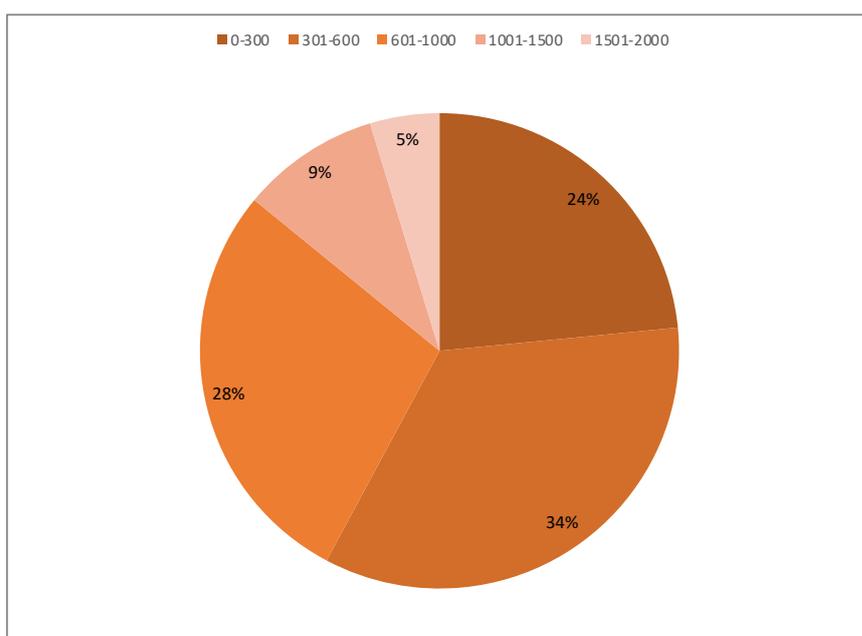
Estos datos demuestran que existe una ‘burbuja informativa’ en la que se cumplen las condiciones que se han definido en el capítulo 8 para definir este concepto: se da un incremento atípico de la cantidad de informaciones sobre un tema en cuestión en un periodo de tiempo concreto, normalmente muy corto. El fuerte incremento se produce de 2011 a 2012, para seguir creciendo entre 2013 y 2015 y comenzar a caer.

9.5.4 Medio y Extensión

A la hora de elaborar un contenido, los medios de comunicación dedican más espacio a aquellos contenidos más relevantes. Es por ello por lo que se observa la extensión de las informaciones, como punto de partida para entender la importancia que da cada medio a las informaciones analizadas. En el caso de *expansion.com*, el 24% de los ítems tienen entre 0 y 300 palabras, la extensión estándar para textos en Internet.

Pero la cifra no está muy lejos del siguiente tramo analizado, esto es, las que cuentan con entre 301 y 600 palabras representan el 34% del total de las unidades. A continuación, los registros con una extensión entre 601 y 1.000 palabras son el 9% de las unidades de análisis. Los ítems de más de 1.000 palabras son el 5%.

Gráfico 21: Extensión de los ítems en *expansion.com*

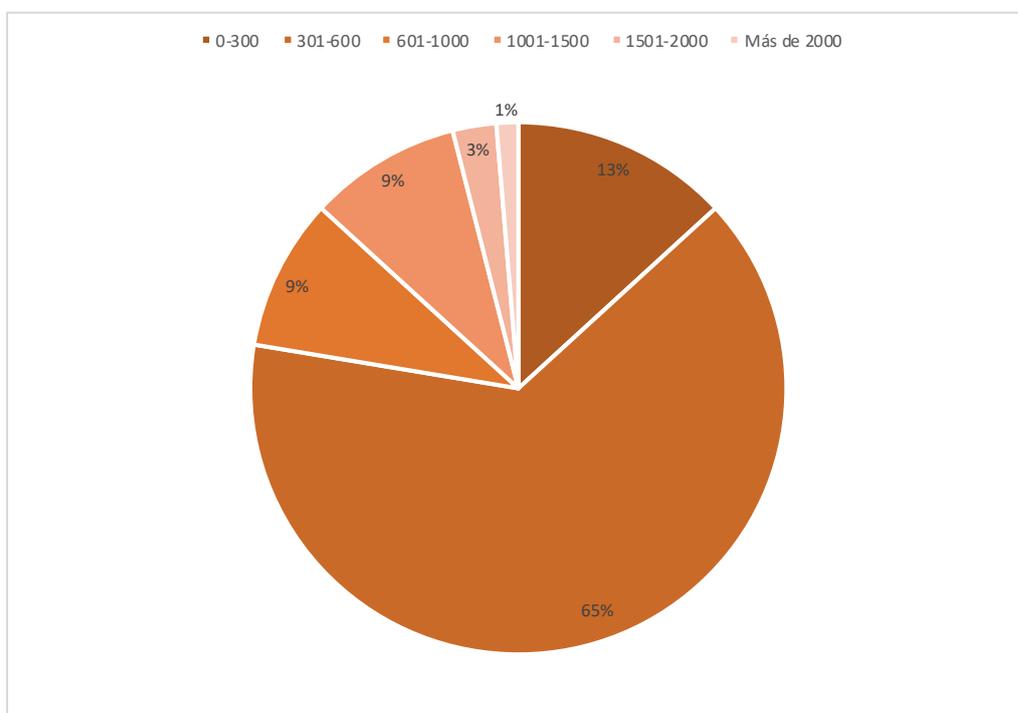


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *cincodias.es*, el análisis revela que el 13% de los ítems contienen entre 0 y 300 palabras, frente al 65% de los contenidos, que corresponden a una extensión media de entre 301 y 600 palabras. El siguiente tramo son los textos de menos de 1000 palabras (9%), que coincide en cantidad con los que tienen entre 1.000 y 1.500 palabras (9%). Además, el 3% de los ítems son de entre 1.500 y 2.000 y por último, un 1% tienen más

de 2.000 palabras, por lo que se puede concluir que *cincodias.es* elabora informaciones de extensión media en la mayoría de sus contenidos.

Gráfico 22: Extensión de los ítems en *cincodias.es*

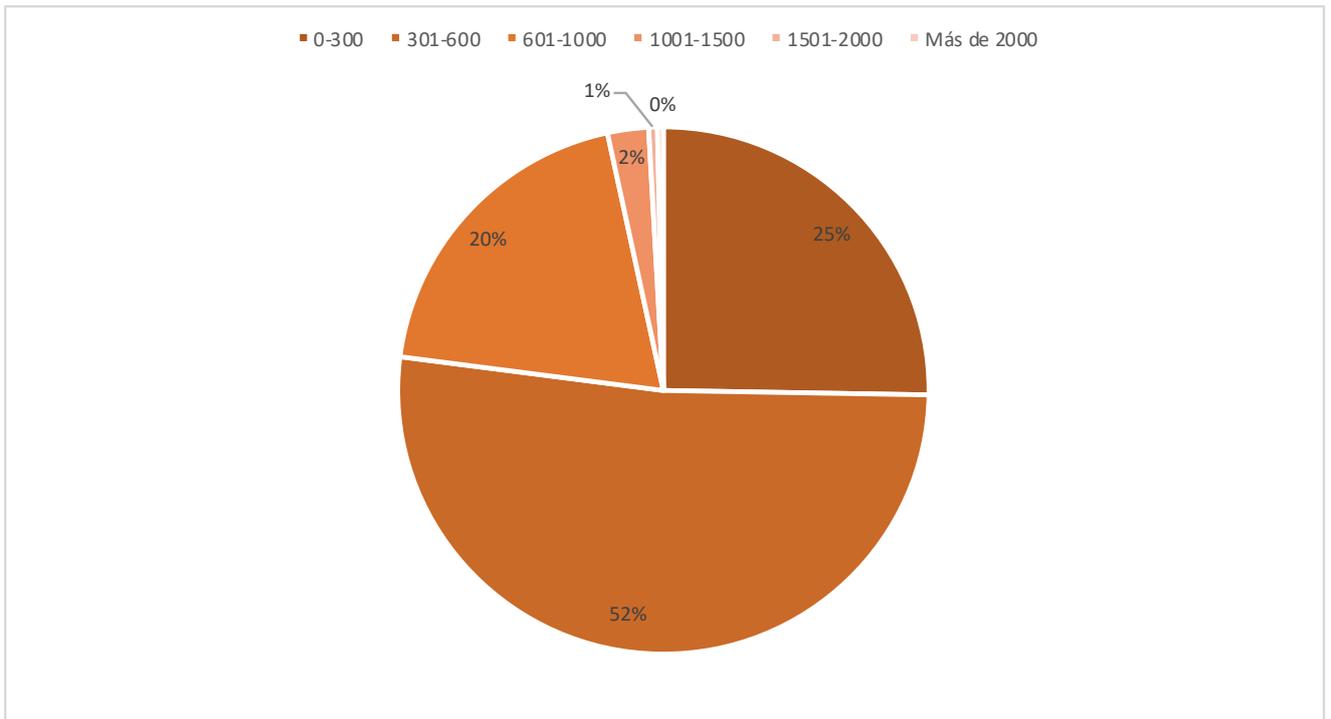


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *eleconomista.es*, sucede algo parecido al resto de medios: el 52% de las informaciones se concentran en el tramo de extensión de 301 a 600 palabras, cuando en el segmento de 0 a 300 se obtiene el 25% de los resultados, y de 601 a 1.000 palabras se acumulan el 20% de los ítems. A partir de esa cantidad de términos en los ítems, el porcentaje de unidades de análisis baja considerablemente: un 2% tienen entre 1.001 y 1.500 palabras, mientras que el 1% obtienen cuentan con entre 1.500 y 2.000.

En los tres medios de comunicación analizados se observa, pues, que la extensión de las informaciones no supera las 600 palabras en la mayor parte de los casos, lo que revela que los textos no son largos.

Gráfico 23: Extensión de los ítems en eleconomista.es

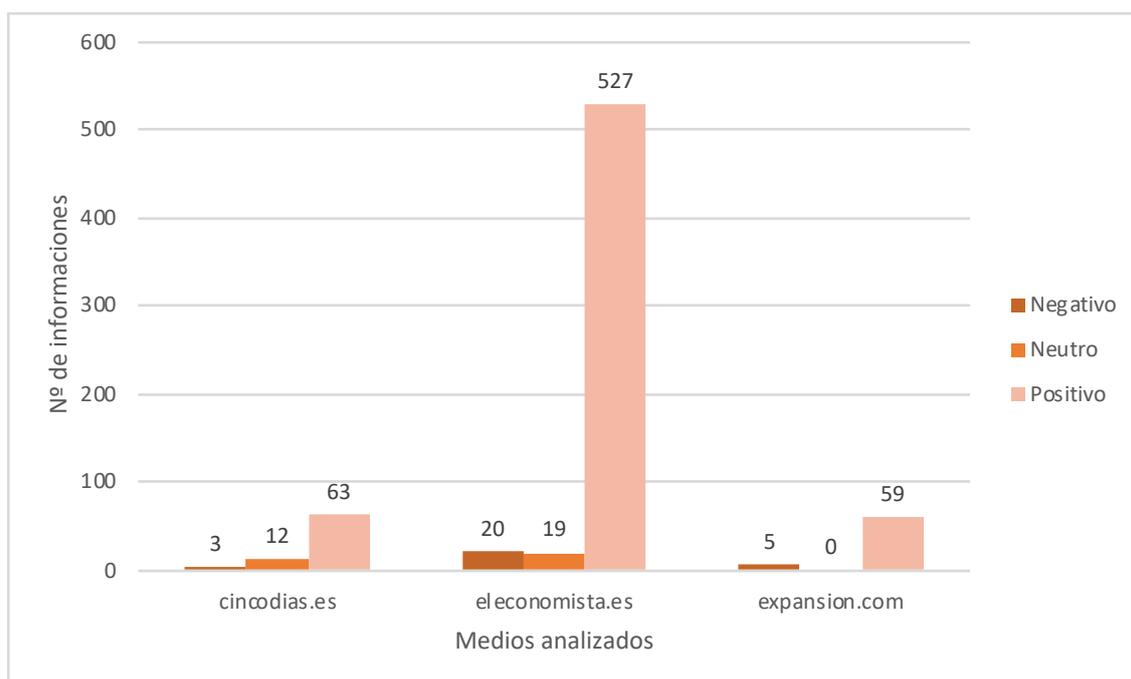


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.5 Medio y tratamiento

Esta intersección de datos revela una de las conclusiones más importantes del análisis que permite demostrar la hipótesis de la que parte este trabajo doctoral de que existe una ‘burbuja informativa’ por el tratamiento favorable que hacen los medios de comunicación seleccionados al fenómeno emprendedor. Como principal conclusión, se observa que el 91,6% de las unidades de análisis se califican con un tratamiento ‘positivo’, frente al 4,3% de las unidades analizadas que tiene un tratamiento ‘neutro’, y el 4%, que lo tiene ‘negativo’.

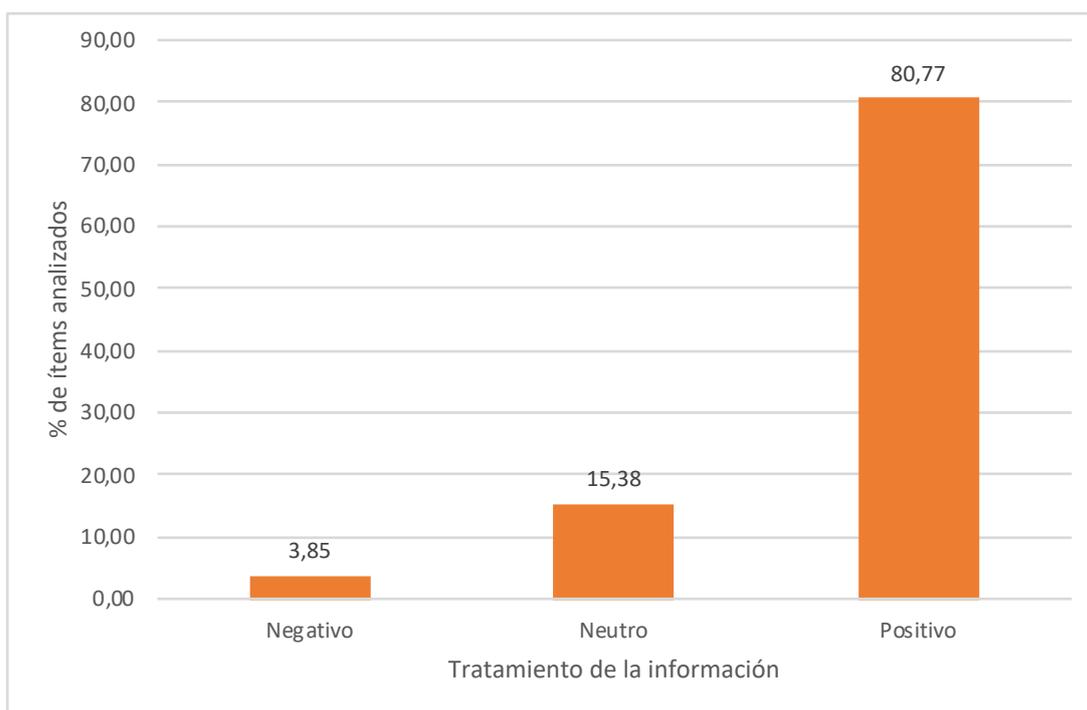
Gráfico 24: Tratamiento de los ítems según el medio de comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Si se analiza el tratamiento realizado por medio de comunicación, todos los medios siguen el mismo patrón: en todos ellos se observa que la gran mayoría de ítems analizados tiene un tratamiento ‘positivo’, con el desglose que sigue:

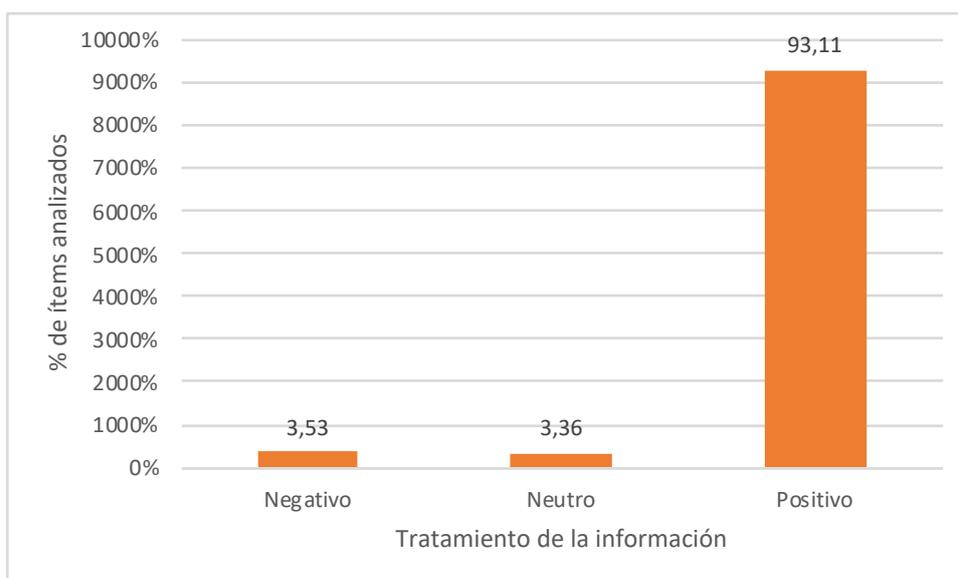
Gráfico 25: Tratamiento del contenido en cincodias.es



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *cincodias.es*, el 80,77% de los ítems tienen un tratamiento ‘positivo’ por parte de su autor, mientras que en el 15,40% se observa un tratamiento ‘neutro’ frente al 4% con un tratamiento ‘negativo’.

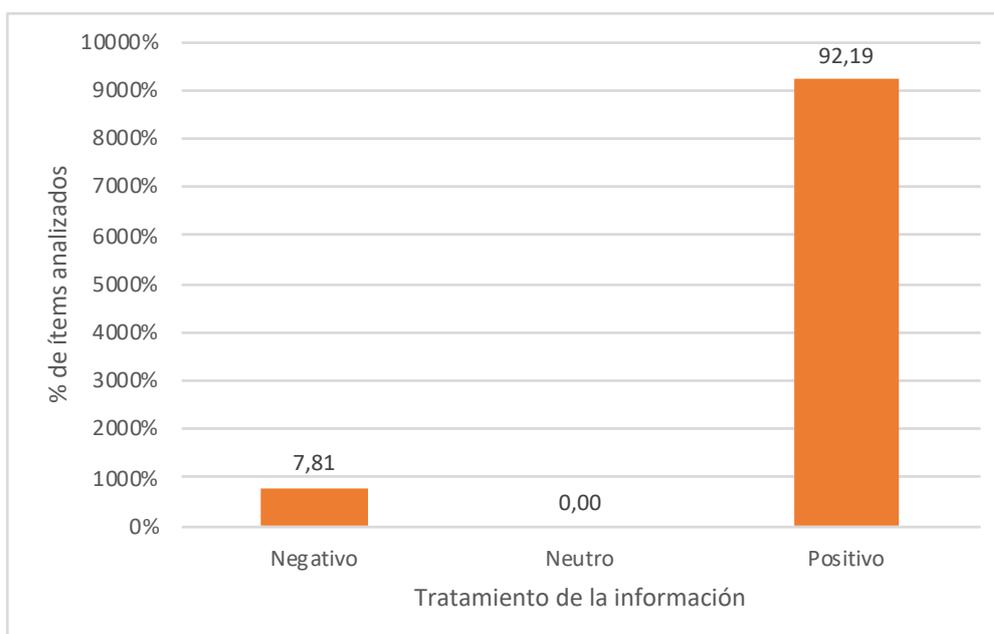
Gráfico 26: Tratamiento de los contenidos en *eleconomista.es*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Si se observan los resultados en *eleconomista.es*, es el 93,11% de las unidades de análisis las que se califican con un tratamiento 'positivo', frente al 3,53% de los ítems cuyo tratamiento es 'negativo' y el 3,36% que se han calificado con un tratamiento 'neutro'. Es el medio de comunicación que tiene un mayor porcentaje de ítems analizados que se califican como 'positivo'.

Gráfico 27: Tratamiento de los contenidos en expansion.com



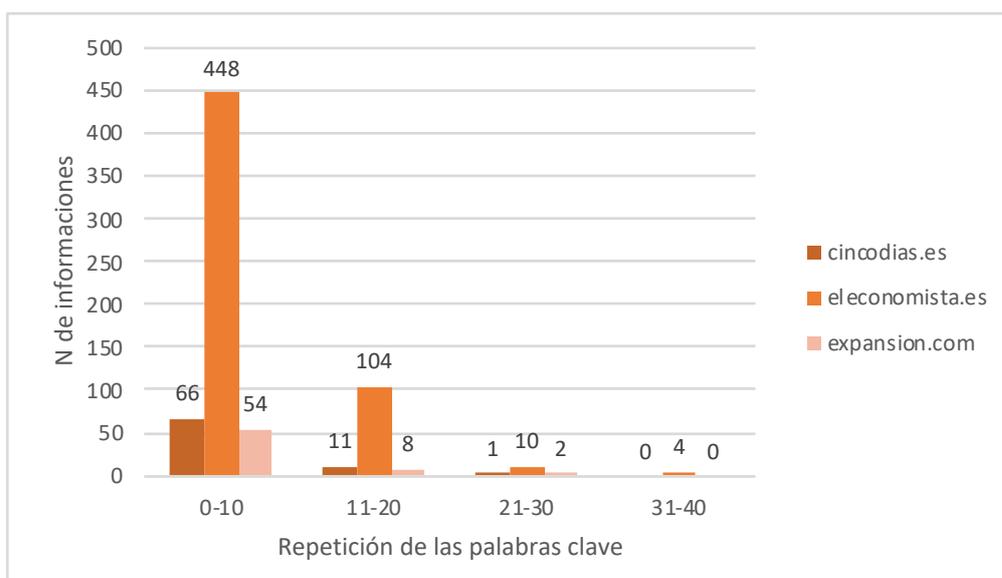
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Analizando los resultados de *expansion.com*, se observa que, en este caso, el 92,2% de los resultados son calificados como ‘positivos’ frente al 7,81% que se califican como ‘negativo’ y en este caso, ningún ítem seleccionado es ‘neutro’. De hecho, el responsable de la sección de Emprendimiento de Expansión reconoce que, en la peor parte de la crisis, la norma era intentar animar contando historias positivas, buscando dar optimismo y esperanza a la audiencia, pero reconociendo, a la vez, que las historias de fracaso son muy útiles, aunque es complicado encontrar quien quiera contarlas (Responsable de la sección de Emprendimiento de Expansión, 2019).

9.5.6 Medio y palabras clave

Al cruzar ‘medios de comunicación’ y ‘número de repeticiones’ de las palabras clave por ítem, se observa que, en general, las informaciones analizadas no superan en su mayoría (80,23%) las 10 repeticiones de palabras clave, por lo que se puede concluir que las unidades de análisis seleccionadas, en general, no contienen muchas repeticiones de los términos clave.

Gráfico 28: Repetición de las palabras clave por medio de comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Al analizarlo por medio de comunicación, se observa lo siguiente: en todos ellos, la mayor franja de número de ítems es la que contiene de 0 a 10 repeticiones las palabras clave, todas ellas derivadas del lexema emprend-. En segundo lugar, destaca la cantidad de ítems (17,37%) que contienen entre 11 y 20 repeticiones de las palabras clave seleccionadas. Con más de 20 repeticiones, apenas se hallan resultados (1,84% de ítems con entre 21 y 30 repeticiones, y 0,56% de resultados con más de 30 repeticiones).

De esta forma, se observa que en los tres medios de comunicación analizados se da la misma tendencia observada previamente en el resultado general: los ítems analizados no incluyen gran cantidad de referencias al lexema analizado.

9.5.7 Medio y tipología de información

A la hora de analizar qué tipo de contenidos arroja el análisis, se parte de una taxonomía de elaboración propia basada en la observación de los contenidos que hablan de emprendimiento que a continuación se ha cruzado con cada medio de comunicación analizado. Las unidades recuperadas de *cincodias.es* desvelan que el número de ítems que corresponden a la tipología de contenido relativo a ‘casos de éxito’ (casos de éxito, casos

de éxito combinados con historias personales o casos de éxito/otros) representan el 35,53% de las unidades analizadas, más de un tercio del total de resultados, como se puede apreciar en el gráfico 29.

Esta conclusión que refuerza la hipótesis de esta tesis doctoral respecto a que los medios de comunicación relatan historias de éxito en su mayoría cuando tratan contenido sobre emprendimiento, acercándose, de nuevo, al concepto de ‘burbuja informativa’.

Un ejemplo en *cincodias.es* de un ‘caso de éxito’ sería:

Titular: *Martín Varsavsky: "Es más barato ser emprendedor que estar en el paro"*

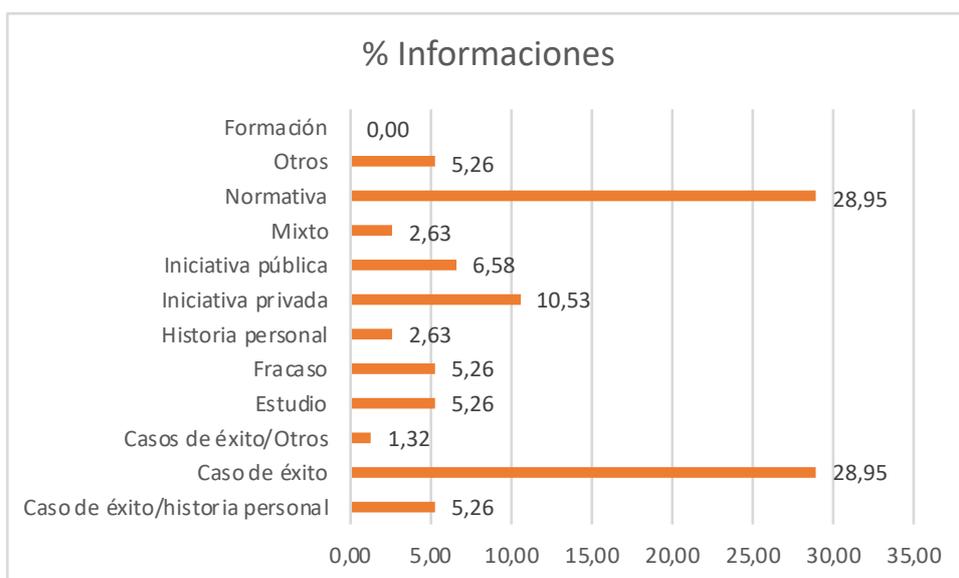
Texto: La cuarta edición de Red Innova ha vuelto a abrir las puertas del Circo Price en Madrid para hablar del presente, pasado y futuro del sector tecnológico y sobre cómo monetizar las ideas y hacer rentables los proyectos en un momento en el que, según afirma Martín Varsavsky, fundador de Jazztel, "es mucho más barato ser emprendedor, porque la alternativa es el paro".

Para Varsavsky, el primer paso para un emprendedor con una idea es "preocuparse por los problemas que tiene uno mismo" y ver si hay más personas que puedan verse afectadas por esta misma circunstancia. Varsavsky se propuso ofrecer a los jóvenes emprendedores ideas que podrían llegar a convertirse en éxitos como Facebook, Instagram o Twitter y apuntó a la búsqueda de afinidades entre los usuarios de avión antes de escoger un asiento, una aplicación para calificar el éxito o fracaso de las compras realizadas o la utilización del Kinect, el sensor de movimiento que Microsoft utiliza en la Xbox, o el iPad, para interactuar con las grandes pantallas [...]

(cincodias.es, 15/06/12)

Además, es destacable el número de informaciones relacionadas con ‘normativa’ que este medio de comunicación refleja en su edición digital, puesto que representan casi el 29% de las informaciones analizadas. El resto de las variables tiene una representación mucho menos reseñable.

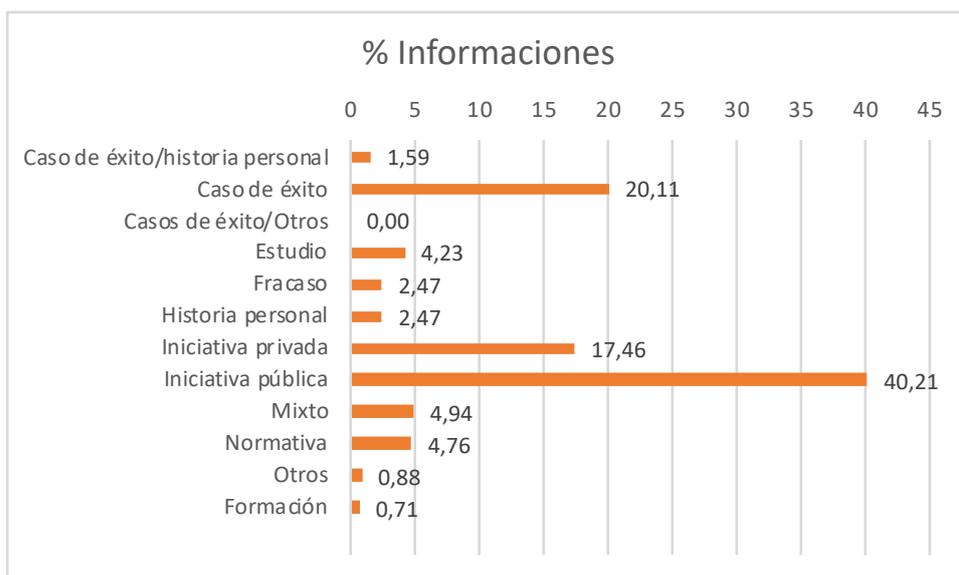
Gráfico 29: Tipología de contenido en los ítems de cincodias.es



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *eleconomista.es*, el resultado difiere ligeramente: La cantidad de ítems analizados que hacen referencia a ‘casos de éxito’ (al sumar las variables ‘casos de éxito/otros’, ‘casos de éxito’ y ‘casos de éxito/historia personal’) es del 21,7%, esto es, una de cada cinco informaciones publicadas. Pero el dato más relevante en este caso es que el 62,61% de las unidades de análisis hacen referencia en su contenido al relato de ‘iniciativas de carácter público, privado o mixto’.

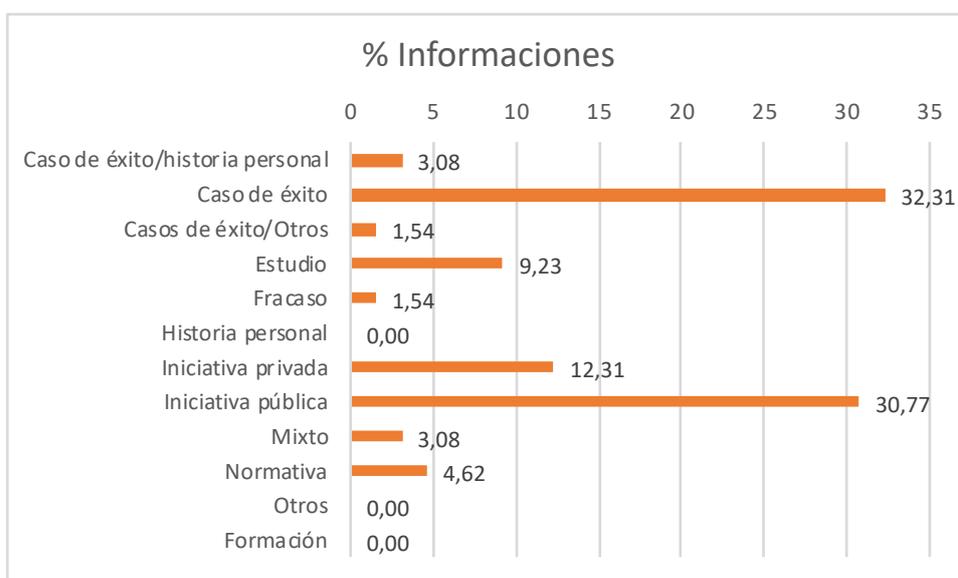
Gráfico 30: Tipología de contenido en los ítems de eleconomista.es



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *expansion.com*, el número de ítems cuyo contenido está relacionado con el relato de ‘casos de éxito’ (el 37%) representa más de una de cada tres unidades de análisis seleccionadas. Sin embargo, en este caso, la tipología de contenido de ‘iniciativas públicas, privadas o mixtas’, con un 46,16%, es el que mayor cantidad de unidades de análisis refleja. Destaca también que el 9% de los ítems hacen referencia a ‘estudios’.

Gráfico 31: Tipología de contenido en los ítems de *expansion.com*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.8 Medio y alusión en contexto

Cuando se comparan los datos de medio de comunicación analizado y ‘contexto completo’ o ‘medio’ (las informaciones de ‘contexto ajeno’ se han eliminado previamente para no distorsionar el análisis), se observa que, en la mayoría de los casos, los ítems analizados hacen referencia a contenido totalmente acorde con el contexto analizado (ecosistema emprendedor).

Por medio de comunicación, se observa que en el caso de *cincodias.es*, el 89,5% de las informaciones son calificadas de ‘contexto completo’, frente al 13,16% de ‘contexto medio’. *eleconomista.es* maneja cifras de mayor diferencia entre ‘contexto completo’ y

‘medio’, obteniendo un 96,12% de los ítems analizados como de ‘contexto completo’ frente al 3,7% de las unidades de análisis de ‘contexto medio’. Por último, *expansion.com* cuenta con un 97% de las informaciones como ‘contexto completo’ frente al 1,54% de ítems de ‘contexto medio’.

La diferencia entre los tres medios de comunicación en este sentido no es relevante. Es decir, en todos ellos se observan porcentajes mayoritarios de ‘contexto completo’.

Tabla 15: Alusión en contexto completo o medio por medio de comunicación

Medio	Contexto	
	Completo	Medio
cincodias.com	68	10
eleconomista.es	545	21
expansion.com	63	1

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.9 Medio y fuentes autorizadas

En este caso, se intercalan las variables de medio de comunicación analizado y el uso de fuentes de información autorizadas que hacen los redactores de ese medio. Se observa que la relación de ítems que incluyen fuentes de información autorizadas (aquellas que referencian a fuentes oficiales, expertos reconocidos, etcétera.) es elevada, alcanzando el 86,84% de las informaciones en el caso de *cincodias.es*, 83,6% en el caso de *eleconomista.es*, y llegando hasta el 80% de los ítems analizados en el caso de *expansion.com*. En definitiva, los tres medios referencian sus informaciones con fuentes relevantes del ecosistema emprendedor, lo que revela que las unidades de análisis cuentan con información directa del sector.

Tabla 16: Ítems por medio de comunicación que incluyen fuentes autorizadas

Incluye fuentes autorizadas	cincodias.es (%)	eleconomista.es (%)	expansion.com (%)
NO	15,79	16,23	18,46
Sí	86,84	83,60	80,00

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.10 Medio y fuentes no autorizadas (fuentes personales)

El uso de las fuentes no autorizadas por parte de los tres medios de comunicación analizados es inferior al uso de fuentes autorizadas, aunque todos ellos se comportan de una forma similar. Así, los datos revelan que, en el caso de *cincodias.es*, el 9,21% de los ítems analizados hacen uso de fuentes no autorizadas, frente al 12,35% de *eleconomista.es* o del 18,46% de *expansion.com*.

Se puede concluir que los medios de comunicación analizados usan en un porcentaje no demasiado elevado fuentes de información personales. Esto avala su trabajo, puesto que dichas fuentes son menos autorizadas en los temas a tratar.

Un ejemplo del uso de ‘fuentes autorizadas’ sería:

Titular: *Emprender como franquiciado*

Texto: *Las últimas cifras del sector de la franquicia publicadas esta semana confirman una cauta recuperación y auguran un crecimiento para las cadenas de comercio asociado. Los datos del estudio realizado por la consultora Tormo & Asociados reflejaban que la franquicia incorporó 87 nuevas cadenas en 2010, aunque han sido 53 las que no continúan en el negocio. En cuanto a los establecimientos también han aumentado en cerca de 3.000 locales, aunque hay que reconocer que los cierres también han sido numerosos: 2.157 establecimientos han dejado de existir.*

No obstante, para Eduardo A. Tormo, director general de la consultora, "estas cifras indican que se vuelve a lograr números positivos, porque en un año malo se han cerrado

más de 2.000 establecimientos, pero se han abierto casi 3.000". De este modo, hay 65.787 locales operativos en la actualidad. [...]

(*expansion.com*, 21/01/11)

Y un ejemplo del uso de ‘fuentes personales’ estaría en el siguiente extracto:

Titular: *Un emprendedor gallego lanza una red social exclusiva para pymes y autónomos*

Texto: *El éxito alcanzado por las redes sociales tipo Facebook y Tuenti, y por otras de corte profesional como LinkedIn, ha llevado a César Canedo, emprendedor gallego, a poner en marcha una red social exclusiva para pymes y autónomos.*

[...] *Canedo explica que esta red empresarial, en la que se han invertido hasta ahora 200.000 euros, ofrece a sus usuarios de forma gratuita servicios y herramientas jurídicas, comerciales y financieras para ayudarles a obtener beneficios tangibles [...]*

(*cincodias.es*, 03/10/11)

Tabla 17: Inclusión de fuentes no autorizadas (personales)

Incluye fuentes no autorizadas (personales)	<i>cincodias.es</i>	<i>eleconomista.es</i>	<i>expansion.com</i>
No	71	496	52
Sí	7	70	12

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.11 Medio y gráficos de apoyo

El uso que hacen los medios de comunicación analizados de los gráficos de apoyo difiere entre ellos. Mientras *cincodias.es* y *expansion.com* hacen un uso en algunos de los ítems (3,95% y 1,54%, respectivamente), *eleconomista.es* no cuenta con ningún ítem analizado que incluya un gráfico de apoyo.

Se determina, pues, que no existe profundidad de tratamiento especialmente en el caso de *eleconomista.es*, puesto que estos elementos que acompañan a la información permiten dotarla de más análisis y en este caso, apenas se da. Es importante señalar que los

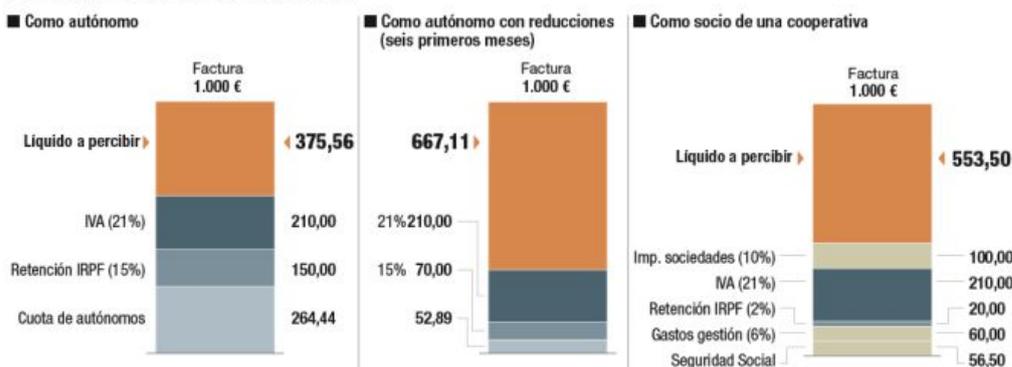
elementos gráficos, en el caso de este tipo de contenidos, permiten visualizar más claramente los datos que suelen incluir, especialmente en reportajes científicos o de investigación, ya que facilitan al lector la comprensión de la información. (El País, 2010).

En concreto, infografías, gráficas y tablas son de gran ayuda en el cometido de aclarar la información. Un ejemplo es este ítem:

Titular: *Cómo cotizar a la Seguridad Social si se es autónomo eventual*

Texto: Hay muchos trabajadores que con la actual coyuntura laboral se sienten tentados por la idea de ser su propio jefe. Son muchos también los abocados al empleo por cuenta propia al ser la única opción en su sector. Cuando no se cuenta con una abultada cartera de clientes, una de las principales preocupaciones es cómo hacer frente a la cuota de autónomo, el IRPF y el IVA. [...]

Tres ejemplos de liquidación de una factura



(cincodias.es, 03/08/15)

En el ejemplo se observa que la información tratada está mucho más clara con la infografía que sin ella.

Tabla 18: Inclusión de gráficos de apoyo

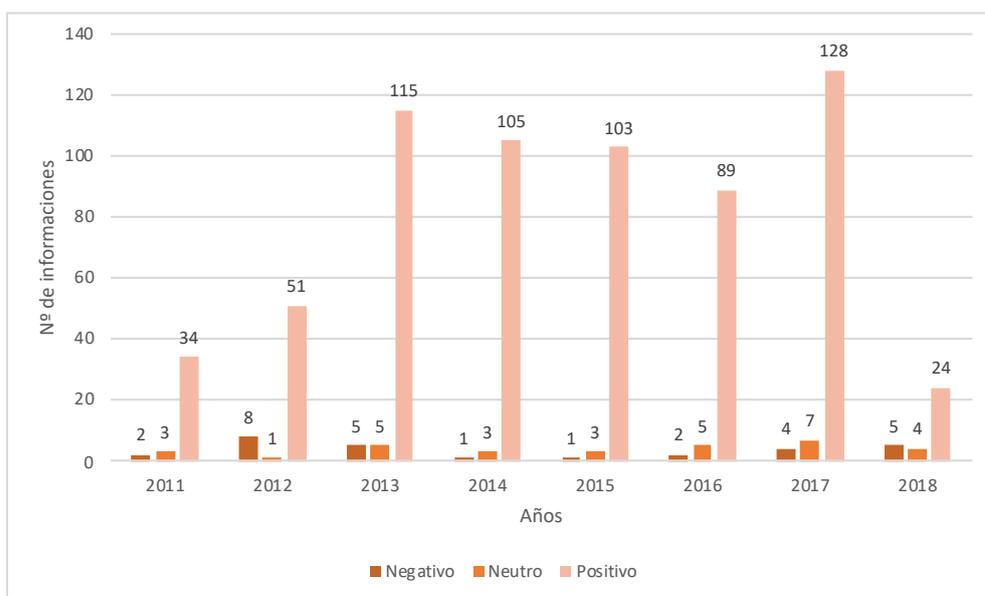
Uso de gráficos de apoyo	cincodias.es	eleconomista.es	expansion.com
No	73	566	63
Sí	3	0	1

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.12 Fecha y tratamiento

La conjunción de los ítems fecha y tratamiento revela que, a lo largo del periodo analizado, el tratamiento (negativo, neutro o positivo) de las unidades de análisis es similar. En general, en todos los ejercicios, se trata de forma positiva a la gran mayoría de las informaciones, como puede apreciarse en el gráfico 32. Es decir, el emprendimiento se trata de forma favorable a lo largo de todo el periodo analizado, y se crea una percepción concreta entre los lectores de las informaciones analizadas.

Gráfico 32: Tratamiento de la información por años



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Si se analiza detenidamente por años, se observa que, en 2011, el 87,18% de los ítems analizados se considera que tienen un tratamiento ‘positivo’ del fenómeno emprendedor, frente al 7,69% de las unidades de análisis que lo tienen ‘neutro’ o el 5,13% que lo tienen ‘negativo’. En el siguiente ejercicio, 2012, los resultados son similares: el 85% de las informaciones tienen un tratamiento favorable del fenómeno emprendedor frente al 13,33% que lo tienen ‘negativo’, un dato ligeramente más elevado que en el resto de los ejercicios.

En el resto de los ejercicios hasta 2017, el porcentaje de ítems analizados que ofrecen un tratamiento ‘positivo’ de la información supera en todos los casos el 90%. Solo en 2018 se observa que el porcentaje de unidades de análisis con un tratamiento ‘positivo’ es del 72,74%, descendiendo ligeramente respecto a años anteriores. Sin duda, el papel de los medios de comunicación se observa aquí relevante en la visión que dan del objeto de estudio, puesto que aportan un tratamiento positivo en sus informaciones de forma mayoritaria, que tiene su punto álgido entre los años 2013 a 2017.

9.5.13 Medio y sección

La sección en la que se publican los contenidos en un medio de comunicación determina también el peso e importancia que redactores o responsables de sección dan a cada tema. Y revela qué contenidos tienen entidad para tener oncluso su propia sección. Por ello, determinar si los ítems analizados están publicados en la sección pertinente revelará qué enfoque le da el medio al contenido en cuestión. Y, por tanto, qué prioridad tiene para ese medio cierta información.

Si se observa la tabla 19, se ve claramente que hay ciertas secciones en las que se publican, en todos los casos, mayor número de unidades de análisis, como son: ‘Economía’, ‘Emprendedores’ o ‘Empresa’.

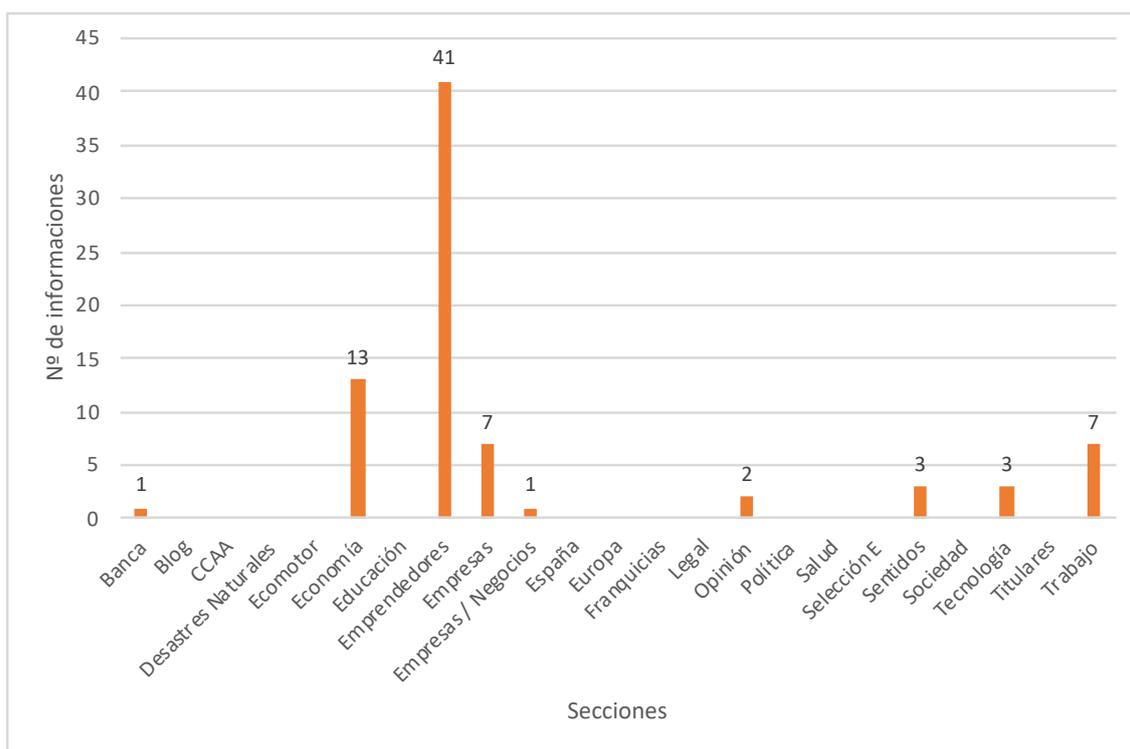
Tabla 19: Secciones en las que aparecen los ítems por medio de comunicación

Sección	cincodias.es	eleconomista.es	expansion.com
Banca	1		
Blog		59	1
CCAA		31	20
Desastres Naturales		1	
Ecomotor		1	
Economía	13	42	5
Educación		25	
Emprendedores	41	86	21
Empresas	7	1	
Empresas / Negocios	1		
España		288	2
Europa		1	
Franquicias		2	
Legal		5	
Opinión	2	4	1
Política		2	
Salud		1	
Selección E		1	
Sentidos	3		
Sociedad		14	1
Tecnología	3	1	
Titulares		1	13
Trabajo	7		

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Sin embargo, al analizar las informaciones por medio de comunicación, se perciben más detalles: en el caso de *cincodias.es*, se ve claramente que las informaciones analizadas aparecen en la sección de emprendedores en el 52,60% de las ocasiones. Además, existe poca dispersión de secciones, concentrándose toda la información analizada en apenas cuatro secciones (‘Emprendedores’, ‘Economía’, ‘Empresas’ y ‘Trabajo’). Como a continuación se podrá comprobar, este medio de comunicación es el más pertinente a la hora de ubicar las informaciones en la sección de Emprendedores.

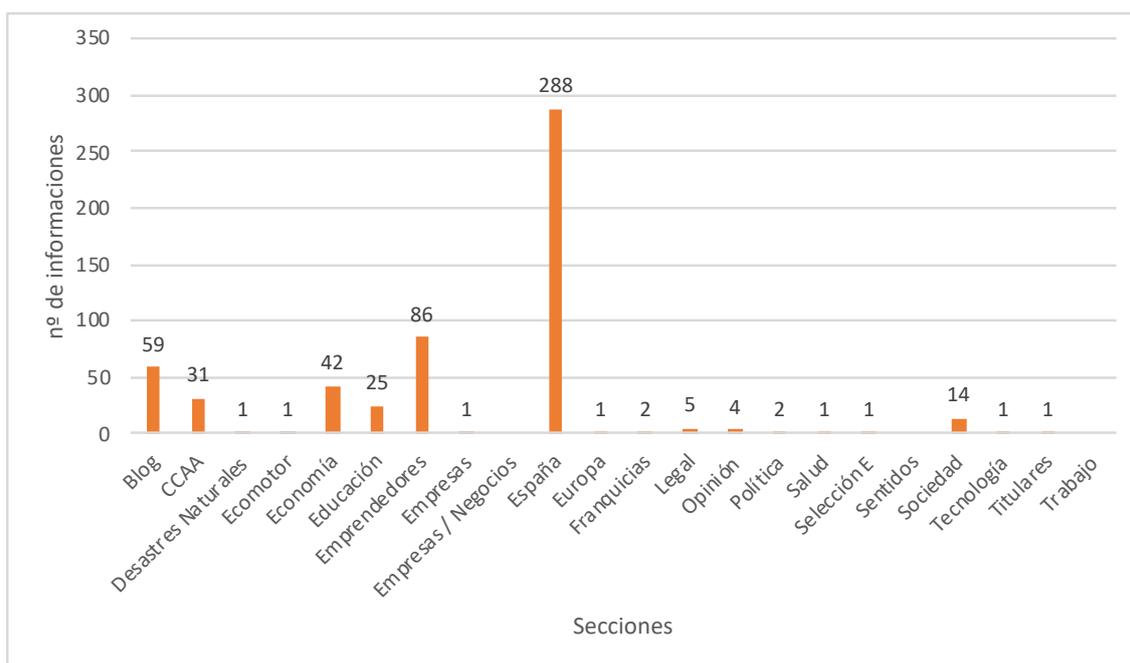
Gráfico 33: Secciones en las que aparecen los ítems en cincodias.es



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *eleconomista.es*, existe mayor dispersión y las secciones en las que aparecen las informaciones difieren del caso anterior. Llama especialmente la atención que el 50,70% de las unidades de análisis han sido publicadas en la sección de España y tan solo el 15,30% de los ítems analizados se han publicado en la sección de Emprendedores. En este caso, destaca también que el 10,40% de los artículos se han reflejado en la sección de Blog, concretamente el ‘Blog de Emprendedores’ de Óscar Sánchez. Es el único medio de los tres que refleja una sección de este tipo. De nuevo, se observa que *eleconomista.es* es el ‘medio’ que trata el fenómeno emprendedor de forma más cuantitativa, incluso con gran dispersión de secciones.

Gráfico 34: Secciones en las que aparecen los ítems en *eleconomista.es*

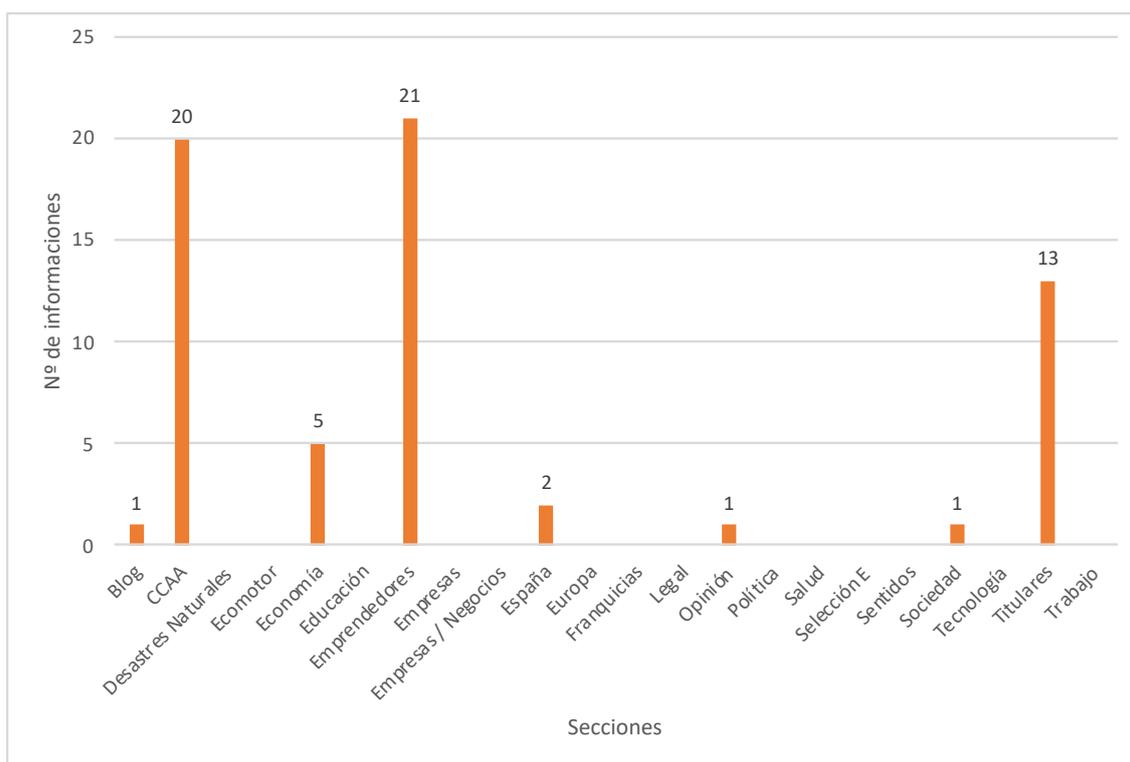


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *expansion.com*, se observa una distribución más equitativa entre las secciones que recogen los ítems analizados, siendo la de Emprendedores la que abarca el 32,3% de las informaciones analizadas, frente a la sección de Comunidades Autónomas que recoge el 30,7% de los ítems y el 20% aparecen en la sección de ‘Titulares’.

Estos datos reflejan que en el caso de *expansion.com*, su forma de seleccionar ítems y hacer está menos condicionada a promover el fenómeno emprendedor como algo muy positivo. En todos los medios de comunicación analizados se observa una falta de especialización sobre el emprendimiento, al no concentrar las noticias en secciones exclusivas para hablar del tema.

Gráfico 35: Secciones en las que aparecen los ítems en expansion.com



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.14 Medio y género

Al cruzar las variables de medio de comunicación y género utilizado en la redacción del ítem a analizar, destaca la ‘noticia’ en los tres medios de comunicación, seguida del ‘artículo de opinión’, el ‘reportaje’ y, por último, la ‘entrevista’.

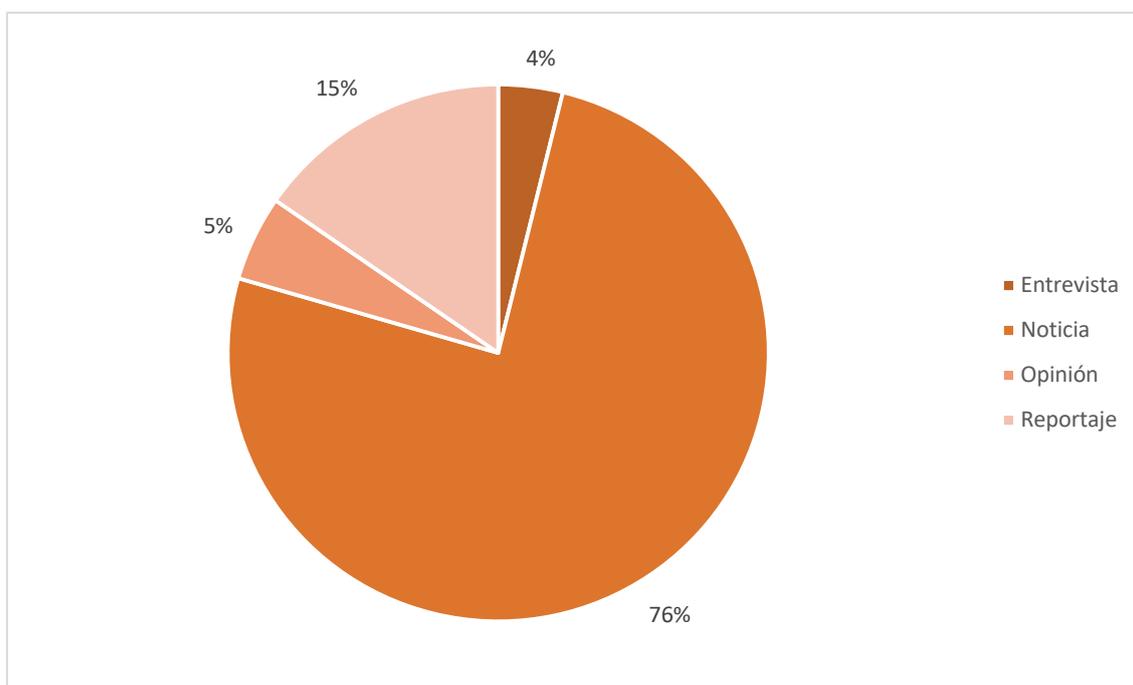
Tabla 20: Géneros que se utilizan en las unidades de análisis

Medio de comunicación	Entrevista	Noticia	Opinión	Reportaje
cincodias.com	3	59	4	12
eleconomista.es	17	469	69	11
expansion.com	1	49	3	11

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Si se analiza el género por ‘medio de comunicación’, se observa que el 76% de los ítems analizados de *cincodias.es* son ‘noticias’, frente al 15% que corresponden a ‘reportajes’, el 5% son ‘artículos de opinión’, y el 4% que son ‘entrevistas’.

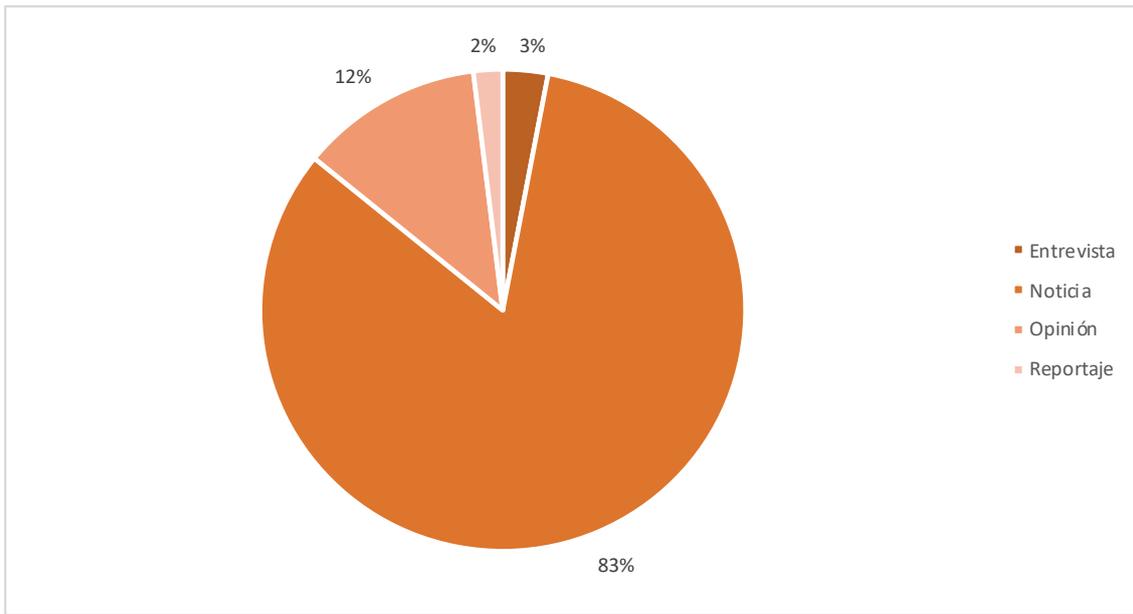
Gráfico 36: Géneros que se utilizan en *cincodias.es*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *eleconomista.es*, el dato porcentual de ‘noticias’ aún es más elevado, alcanzando el 83% de los ítems analizados, frente al 12% de las informaciones que son ‘artículos de opinión’, el 3% que son ‘reportajes’ y el 2% que corresponden a ‘entrevistas’.

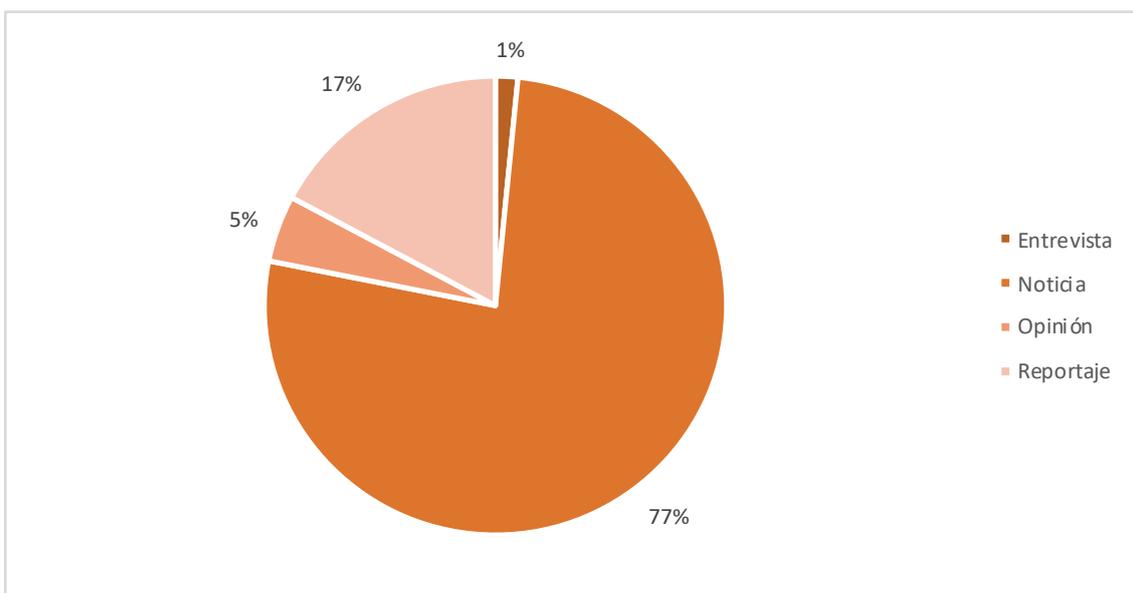
Gráfico 37: Géneros que se utilizan en *eleconomista.es*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Por último, en el caso de *expansion.com*, el número de ‘noticias’ vuelve a ser tres de cada cuatro (77%), frente al ‘reportaje’, que en este caso sí que representa el 17% de las informaciones analizadas.

Gráfico 38: Géneros que se utilizan en *expansion.com*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En conclusión, el medio que mayor número de ‘noticias’ refleja es *eleconomista.es*. De todos los géneros recogidos, es el que menor espacio a la reflexión y análisis proporciona, frente al ‘reportaje’ o artículo de opinión, que permiten mayor análisis y reflexión (Martínez Vivaldi, 1998).

Un ejemplo de noticia en *eleconomista.es*:

Titular: *Extremadura disfruta de una red para el emprendimiento en cuidados y salud*

Texto: *El Clúster de la Salud, el Parque Científico y Tecnológico de Extremadura y el Centro de Cirugía de Mínima Invasión Jesús Usón han puesto en marcha una red para el emprendimiento en cuidados y salud en Extremadura (ESCEnet).*

Esta red, fruto del acuerdo de estas tres entidades, pretende aunar recursos humanos y materiales con la finalidad de estimular el espíritu emprendedor en este sector.

ESCEnet está basada en la detección de emprendedores, creación, aceleración e internacionalización de empresas basadas en el conocimiento, la mejora de la autonomía personal, el cuidado y calidad de vida y el desarrollo de nuevos sistemas TIC aplicados a este sector, informa el Clúster de la Salud en nota de prensa [...]

(eleconomista.es, 19/10/11)

9.5.15 Medio y apoyo fotográfico

Al cruzar las variables de ‘medio de comunicación’ e ‘imagen de apoyo’, lo que se observa es que, en función de la cabecera, el resultado difiere de manera considerable. Es relevante conocer qué cantidad de informaciones incluyen imágenes porque revela si el medio le otorga importancia o no al contenido en cuestión.

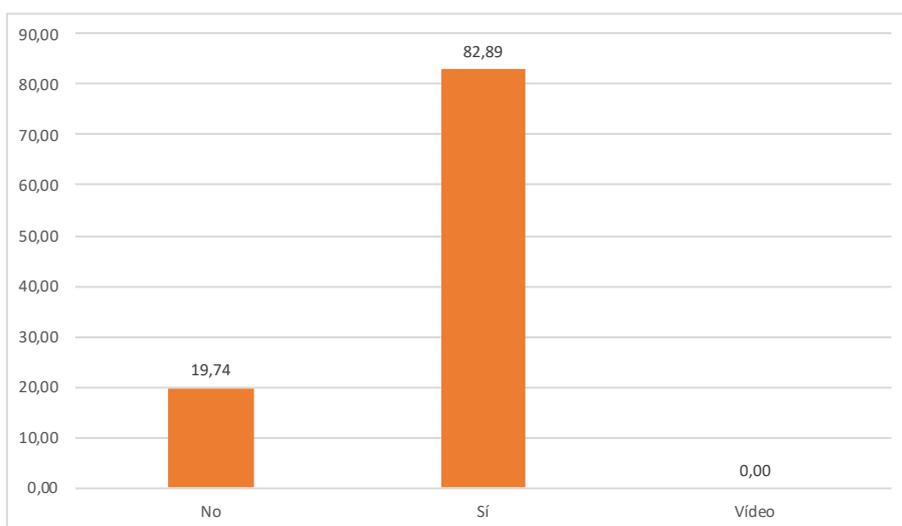
Tabla 21: Número de ítems que contienen imágenes

Medio	No	Sí	Vídeo
cincodias.com	15	63	0
eleconomista.es	417	144	5
expansion.com	25	38	1

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Así, por ejemplo, en el caso de *cincodias.es*, el 83% de las informaciones sí que cuenta con imágenes, aunque ninguna de ellas aporta vídeo. Este dato revela que *cincodias.es*, al elaborar sus informaciones del ecosistema emprendedor, claramente sí que las acompaña de elementos como imágenes, lo que demuestra que está dando relevancia a la información.

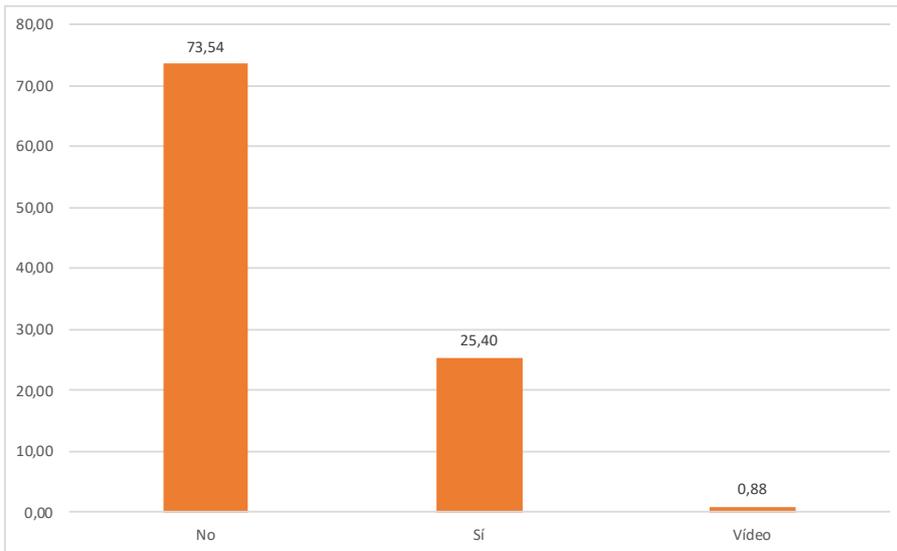
Gráfico 39: Número de ítems que contienen imágenes en cincodias.es



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *eleconomista.es*, la situación es opuesta al anterior medio de comunicación analizado: en este caso, el 73,54% de los ítems analizados no contienen ‘imagen de apoyo’, frente al 25,4% que sí lo hacen. Además, aparecen cuatro unidades de análisis que también incluyen ‘vídeo’ (0,88% de los ítems). Por tanto, a pesar de ser el ‘medio de comunicación’ que mayor cantidad de ítems relativos al fenómeno emprendedor publica, no suelen estar acompañados de imágenes. Se ratifica aquí la escasa profundidad de las informaciones tratadas en este análisis.

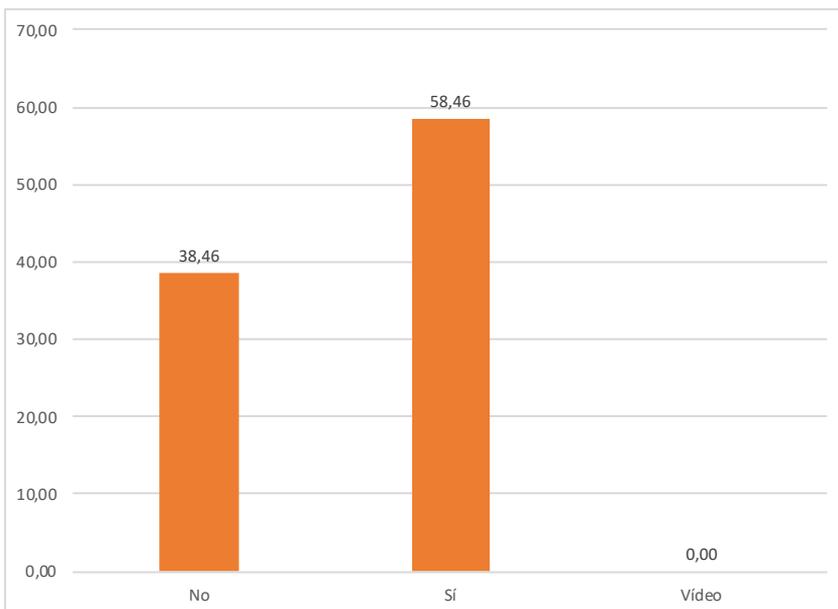
Gráfico 40: Número de ítems que contienen imágenes en eleconomista.es



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En el caso de *expansion.com*, el tratamiento es similar el de *cincodias.es*, cuando la mayoría de las informaciones (58,46%) cuentan con ‘imágenes de apoyo’, incluso una de ellas con ‘vídeo’, frente al 38,46% que no tiene ‘imágenes de apoyo’.

Gráfico 41: Número de ítems que contienen imágenes en expansion.com



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.16 Fecha y tipología

Al cruzar las variables ‘fecha’ y ‘tipología’, se pueden remarcar diversas conclusiones, en la medida en que se comparen las diferentes tipologías entre ellas.

Tabla 22: Tipología de ítem por fecha

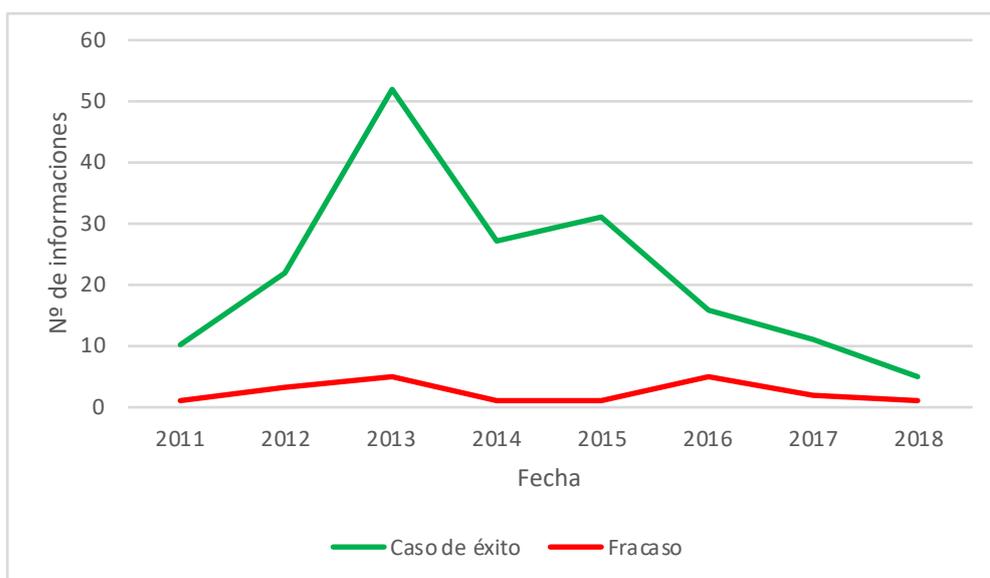
Fecha	Caso de éxito	Caso de éxito/historia personal	Casos de éxito/Otros	Estudio	Formación	Fracaso	Historia personal	Iniciativa privada	Iniciativa pública	Mixto	Normativa	Otros
2011	10			4	1	1	3	1	13			6
2012	18	4		3		3	5	1	22	1		3
2013	41	9	2	5	2	5	3	4	39	2	12	1
2014	26	1		5		1	3	20	40	6		6
2015	30	1		6	1	1		23	28	8	6	3
2016	16			1		5		19	38	6	9	2
2017	11			8		2		43	64	8	2	1
2018	5			2		1	2	4	9	1	8	1

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Una de las claves de este trabajo doctoral se advierte claramente al cruzar la ‘fecha’ con los ‘casos de éxito’ y de ‘fracaso’: Desde el año 2011, se observa cómo se incrementa el número de informaciones publicadas que se califican como ‘caso de éxito’, hasta alcanzar el punto álgido de ítems en 2013 (52 informaciones), para que, a partir del año siguiente comience a descender hasta el año 2018.

Por el contrario, en el caso de los ítems calificados como ‘fracaso’ se puede percibir que el número recogido apenas varía e, incluso, desciende en los años en los que se incrementan los ‘casos de éxito’.

Gráfico 42: N° de casos de éxito/fracaso por fecha



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Pero no es el único cruce de datos que aporta valor: también es importante destacar que en los años centrales de la denominada ‘burbuja informativa del fenómeno emprendedor’, se contempla que crece el número de informaciones relacionadas con la cantidad de ‘iniciativas públicas’ y ‘privadas’ que los medios de comunicación han recogido en estos años.

Un ejemplo sería:

Titular: *El salón MiEmpresa ofrecerá en Madrid soluciones y recursos al emprendedor*

Texto: *Emprendedores y pymes se darán cita en Madrid, los próximos martes y miércoles, durante el Salón MiEmpresa, una feria destinada a aportar soluciones y recursos a las pequeñas y medianas empresas.*

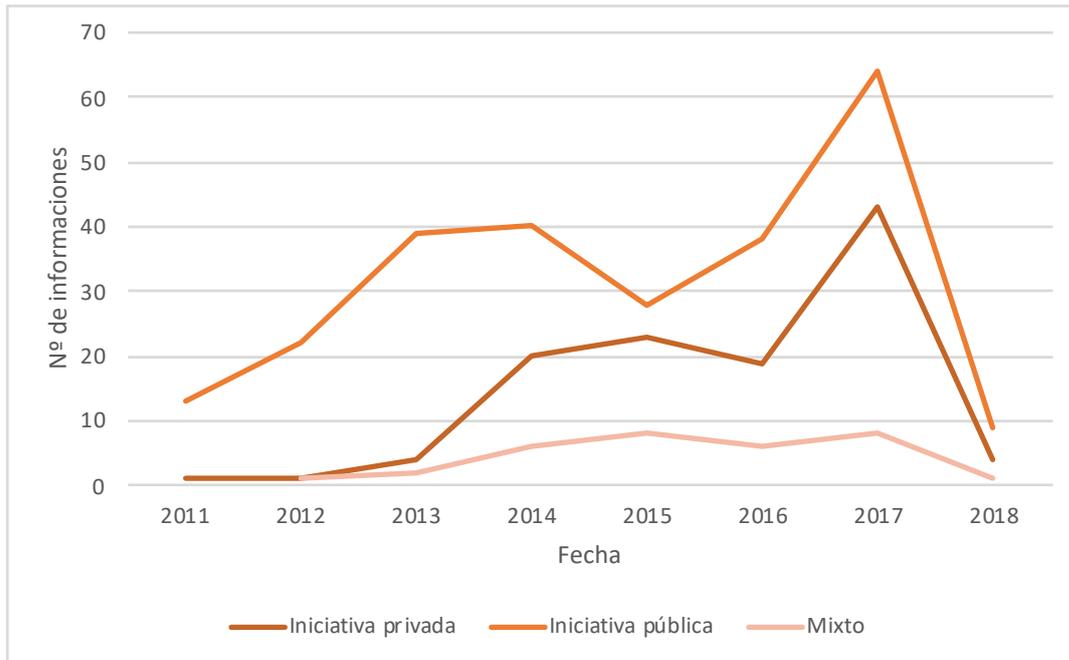
Según los organizadores, este evento, que se realizará en el Palacio de los Deportes de Madrid bajo el lema "Alcanza tu meta", se marca el objetivo de ayudar a emprendedores y pymes en sus negocios, "los más castigados por la crisis económica".

El evento, que en la edición de 2012 recibió a 12.500 visitantes, trata de aportar soluciones y recursos en todos los ámbitos posibles de la actividad de una pyme, ya sea para su creación, consolidación, crecimiento, franquicia,

internacionalización o adaptación a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación [...]

(eleconomista.es, 10/02/13)

Gráfico 43: N° de iniciativas privadas, públicas o mixtas por fecha



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Este dato es el más relevante para ratificar la principal hipótesis de este trabajo doctoral: la existencia de una burbuja informativa en torno al fenómeno emprendedor, aumentada por la forma de proceder de los medios de comunicación que, como se observa más arriba, enfocan el tratamiento de la cuestión como una forma de negocio exitosa.

9.5.17 Sección y tratamiento

Al cruzar las variables de sección y tratamiento de la información (‘positivo’, ‘negativo’ o ‘neutro’), se percibe que los ítems con tratamientos negativos ocurren en las secciones de Emprendedores (6 ítems), España (7 ítems) o Economía. En el resto, apenas hay tratamiento ‘negativo’ y es más bien ‘positivo’.

Un ejemplo de esto es:

Titular: ¿Quién financia al emprendedor? La Ley de Emprendedores no tendrá dinero público

Texto: El presidente Rajoy ha sido claro: la Ley de Emprendedores no contará con dinero público. Como consecuencia, serán los bancos y otro tipo de instituciones privadas los que deberán tomar las riendas en la financiación de las pymes y de los proyectos emprendedores. Las declaraciones de Rajoy tuvieron un tono directo, "qué estén a la altura de las circunstancias", le dijo los banqueros.

Pero qué hay más allá de esa exhortación. Lo que sucede es que la financiación es uno de los problemas principales para la creación y mantenimiento de las empresas. Eso lo han dicho y dicen los emprendedores hasta el cansancio. A eso debe sumarse que el 99,8% del tejido empresarial español corresponde a las pymes: sus dimensiones, sabiendo esto, adquieren una relevancia mayúscula [...]

(eleconomista.es, 17/06/13)

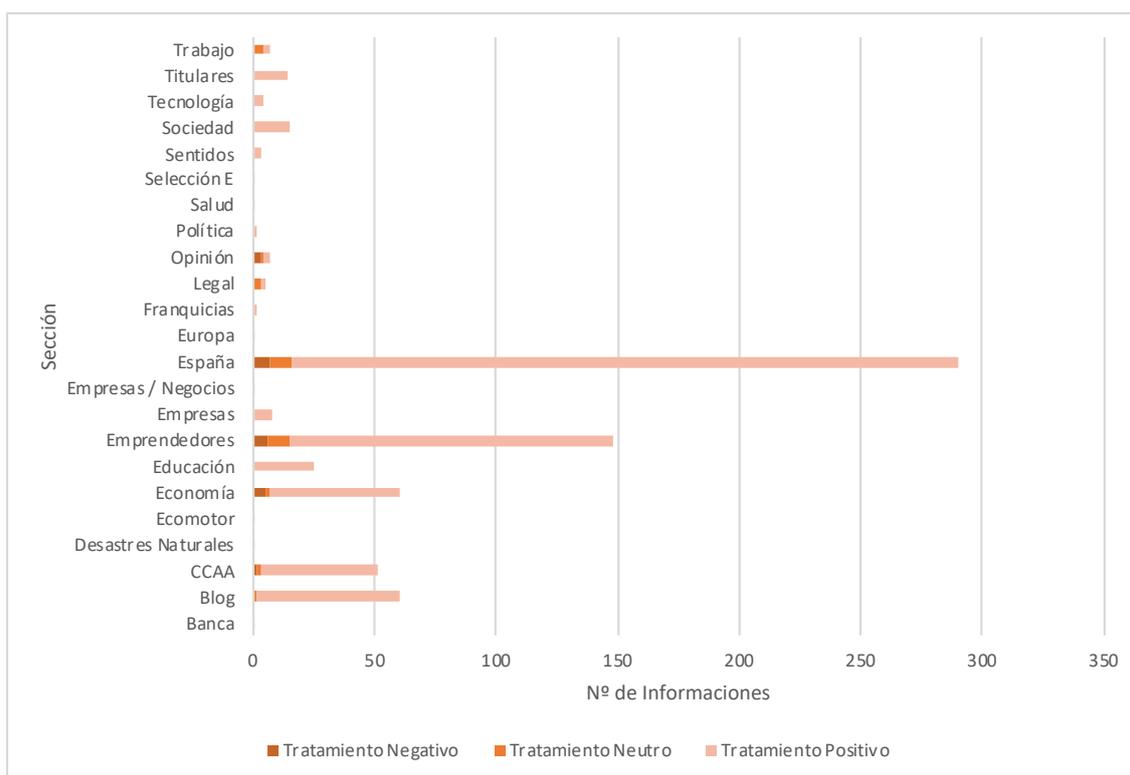
Tabla 23: Tratamiento de la información según la sección

Sección	Tratamiento		
	Negativo	Neutro	Positivo
Banca			1
Blog	1	1	58
CCAA	2	1	48
Desastres Naturales			1
Ecomotor			1
Economía	5	2	53
Educación	1		24
Emprendedores	6	9	133
Empresas		1	7
Empresas / Negocios			1
España	7	9	274
Europa			1
Franquicias	1		1
Legal		3	2
Opinión	3	1	3
Política			2
Salud			1
Selección E			1
Sentidos		1	2
Sociedad			15
Tecnología			4
Titulares	1		13
Trabajo	1	3	3

Fuente: Elaboración propia.

En el siguiente gráfico se observa con detalle la diferencia de tratamiento ‘positivo’, ‘negativo’ o ‘neutro’:

Gráfico 44: Tratamiento de la información según la sección

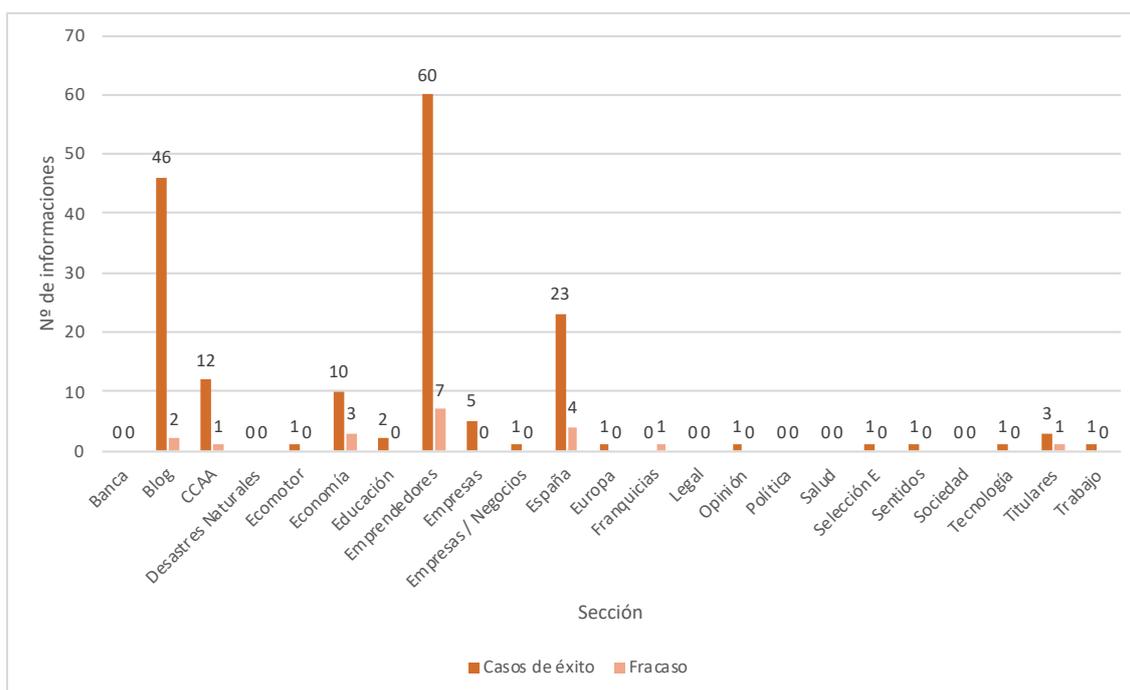


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.18 Sección y tipología de noticias

Al cruzar secciones en las que los medios de comunicación ubican los diferentes ítems (España, Empresa, Economía, etcétera) con tipología de informaciones (Caso de éxito, fracaso, iniciativa pública o privada, legislación, etcétera), ambas variables cruzan multitud de datos. Esto impide llegar a unas conclusiones muy claras, excepto si se detiene el análisis en algunos aspectos como el cruce concreto de sección con ‘casos de éxito’, cruce que da el dato de que las secciones de ‘Blog’ (27,2% de todos los ‘casos de éxito’), ‘Emprendedores’ (35,5% del total de ‘casos de éxito’ analizados) y ‘España’ (13,6%) son las secciones que mayores casos de éxito acumulan.

Gráfico 45: Casos de éxito (tipología) según la sección



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

A continuación, se muestra un ejemplo para cada caso. En primer lugar, un ejemplo de un ‘caso de éxito’ en la sección de ‘Blog’:

Titular: *Empieza a emprender desde casa como un auténtico profesional*

Texto: *Trabajar desde casa para emprender tu nuevo negocio puede ser una excelente alternativa que te permitirá ahorrar multitud de costes en alquileres, combustible o transporte.*

Sin embargo, si te decantas por esta vía es importante que, antes de ponerte a trabajar, tengas en cuenta varios aspectos, ya que, si decides emprender en casa, tu ambiente de trabajo deberá ser excepcional. Lo primero es la formación emprendedora y que mejor que hacerla con Student-Pass, así podrás hacer realidad tu sueño de tener tu propio proyecto [...]

(eleconomista.es, 22/11/12)

Ahora se puede observar un ejemplo de ‘caso de éxito’ en la sección de ‘Emprendedores’:

Titular: *¿Cuáles son las características de un emprendedor de éxito?*

Texto: Un emprendedor de éxito es un consumidor insatisfecho y trabajador idealista, según la radiografía realizada por Adecco sobre el perfil y las cualidades del emprendedor en España.

Según este análisis realizado por Adecco, "un emprendedor de éxito es un consumidor insatisfecho y trabajador idealista", al tiempo que son "capaces de detectar aquello que no funciona, de construir un proyecto esperando mejorar la realidad y, ante todo, de confiar en sí mismos y en sus propuestas de manera constante y en el tiempo".

Esta consultora precisa en esta radiografía del emprendedor que convertirse en un "cazador de tendencias" no es un término únicamente aplicable a la moda sino que una persona dispuesta a iniciar un nuevo negocio debe "conocer aquellos fenómenos y productos en auge, localizando el ciclo de vida de una idea, tendencias internacionales aplicables al mercado en el que quiere introducirse" [...]

Y, por último, se observa en este apartado un ejemplo de ítem ubicado en la sección de ‘España’ y tratado como ‘caso de éxito’:

Titular: Alierta, Francisco González, Pizarro... de emprendedores a grandes empresarios

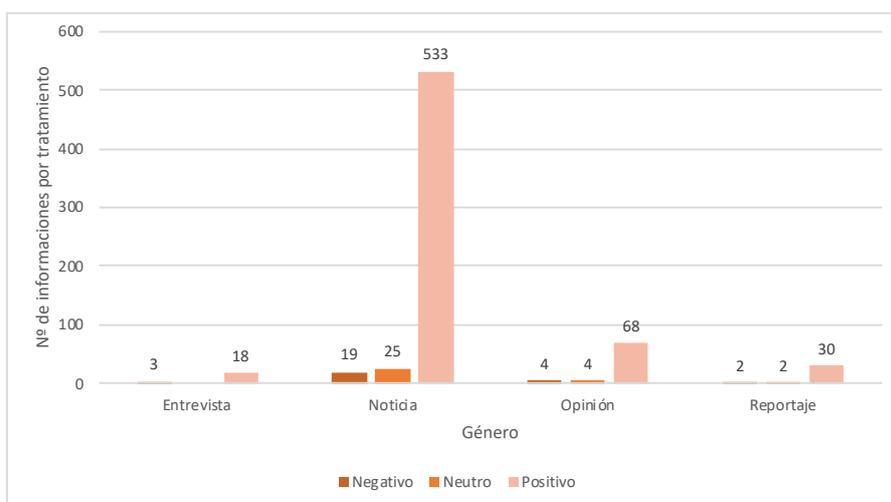
Texto: El libro "De la bolsa a la gloria", del periodista Manuel López Torrents, revisa la explosión económica que vivió España en los años ochenta y noventa a través de la historia de siete importantes empresarios, que iniciaron su carrera en el mundo de los negocios como cualquier emprendedor y ahora ocupan la cima de económica de España [...]

(eleconomista.es, 13/04/13)

9.5.19 Género y tratamiento

Las variables de género y tratamiento de la información confirman la hipótesis de que la mayoría de los ítems analizados son noticias y estas, además, tienen un tratamiento ‘positivo’. En definitiva, informaciones en las que se profundiza poco y con las que se ofrece a los lectores una visión optimista de la realidad, confirmando la existencia de la burbuja informativa con estas características, como se ha explicado en el capítulo 8.

Gráfico 46: Tratamiento según la sección



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Un ejemplo de este tratamiento ‘positivo’ en una noticia sería:

Titular: *Internet lleva a emprender*

Texto: El comercio electrónico en España lleva una progresión ascendente y prueba de ello es que en el ejercicio 2012 se habrán superado los 10.000 millones de euros, lo que supondrá un récord. Los informes trimestrales de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) evidencian que durante la crisis este tipo de transacciones en vez de disminuir se han potenciado, ya que en 2008 se contabilizaron ventas por 5.183 millones y, a falta de los datos oficiales del cierre de 2012, todo indica que se habrá duplicado la cifra (hasta septiembre las ventas fueron de 7.798 millones).

En estas grandes cifras se incluyen tanto las ventas a través de internet de empresas tradicionales, como de las firmas que sólo operan por internet.

Aunque aún no se dispone de datos desagregados sobre el volumen de negocio de las empresas puramente virtuales, diversos expertos consultados por eleconomista.es coinciden en señalar que hay un movimiento imparable y que los cambios que se están produciendo en el mercado propicia el surgimiento de negocios on line de emprendedores tecnológicos vocacionales, como de iniciativas de autoempleo como alternativa a la pérdida de puestos de trabajo [...]

(eleconomista.es, 06/03/13)

Por el contrario, un ejemplo de tratamiento ‘negativo’ se encuentra en el siguiente ítem:

Titular: La dura realidad del emprendimiento: crece por necesidad y la mayoría de empresas no sobrevive

Texto: En nuestro país, el paro ocupa el primer lugar entre las preocupaciones de los españoles. Trimestre tras trimestre, las encuestas reflejan un pesimismo cada vez mayor ante el panorama laboral del país y las expectativas de encontrar un trabajo, que no parecen crecer a pesar de los tan sonados brotes verdes que invaden la macroeconomía pero que sin embargo no terminan de llegar al tejido empresarial.

Y, así las cosas, no es raro que más de uno decida emprender un negocio por cuenta propia como vía alternativa al desempleo. De hecho, son numerosos los informes y estudios que reflejan una tendencia cada vez más acusada al emprendimiento por necesidad. Camuflada bajo lemas positivos como "el emprendimiento repunta en España" que construyen los discursos de nuestros políticos, lo verdaderamente importante no es la tasa de creación de empresas - que, cierto es, se ha estabilizado tras algunos años de caída-, sino qué factores han motivado ese aumento [...]

(eleconomista.es, 11/09/14)

9.5.20 Género y tipología

Las variables de género y tipología también refuerzan el enfoque de la hipótesis establecida en este trabajo doctoral, como se va a desglosar a continuación.

Tabla 24: Tipología y género de las unidades de análisis

Género/Tipología	Caso de éxito	Estudio	Formacion	Fracaso	Historia personal	Iniciativa privada	Iniciativa pública	Mixto	Normativa	Otros
Entrevista	13	0	1	1	2	0	2	0	2	0
Noticia	91	30	2	16	8	107	248	31	38	6
Opinión	50	0	1	2	5	5	2	0	8	3
Reportaje	20	4	0	0	1	3	1	1	4	0

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Los ‘casos de éxito’ abundan a lo largo del análisis y representan el 52,2% de las noticias recogidas. En segundo lugar, como se puede observar en el gráfico 47, aparecen los ‘artículos de opinión’, donde también el 28,7% de las unidades de análisis se califican como ‘casos de éxito’.

A continuación, se refleja un ejemplo de un ‘caso de éxito’ publicado como noticia:

Titular: Alicia Corduras: “Quien emprende en un pueblo tiene más posibilidades de éxito”

Texto: [...] ¿Ha sido excesivo el éxodo del campo a la ciudad?

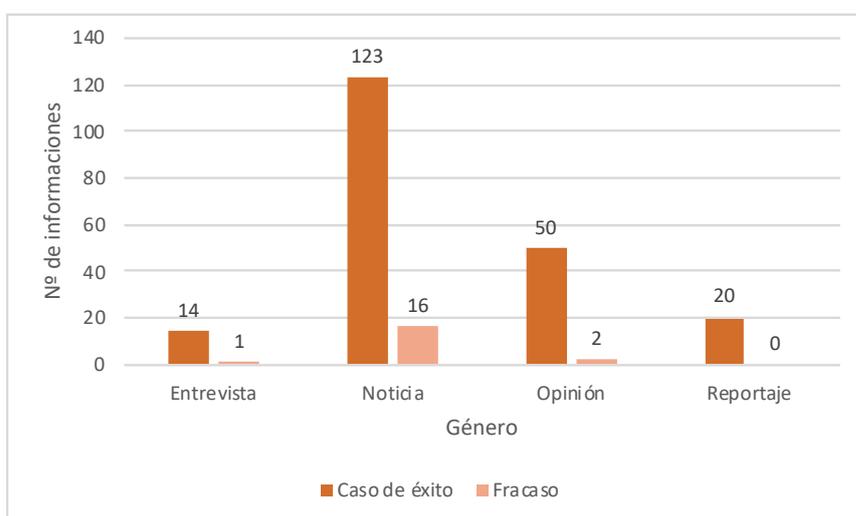
Sin duda. La gente olvida que en el entorno rural tiene más posibilidades, y hemos constatado que así es: quien emprende en el ámbito rural tiene menos opciones de fracaso. Además, una explotación agrícola genera muchos más empleos que un bar.

¿Se están marchando los emprendedores al campo?

Últimamente sí, al no encontrar oportunidades en las zonas urbanas. Personas con conocimientos de ingeniería química y biología están haciendo esa apuesta, montando, por ejemplo, empresas que elaboran productos alimentarios. ¡Hacen bien! [...]

(eleconomista.es, 11/04/13)

Gráfico 47: Género y ‘casos de éxito’ y ‘fracaso’ (tipología)



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.21 Tratamiento y tipología

En el cruce de estas dos variables llaman la atención varias cosas: la primera de ellas es que aparece un ítem identificado como ‘caso de éxito’, pero se califica con un tratamiento ‘negativo’. Concretamente, esta es la información:

Titular: “Acabaremos por desgastar la palabra emprendedor”

Texto: Fundada en 2005, la consultora de tecnologías de la información especializada en servicios financieros ha recibido múltiples reconocimientos en lo que va de año por su modelo de gestión. El último, el IAIR Award a Mejor compañía en innovación y liderazgo, lo recibió el 4 de octubre [...]

[...] Usted fundó Atmira. ¿Empresario o emprendedor?

La palabra emprendedor, como la de innovación, va a acabar por desgastarse. Yo no soy emprendedor, soy un empresario que se la juega cada día y como empresario es evidente que necesito un canal de financiación. Últimamente hablamos excesivamente de emprendedores, y no dejan de ser empresarios [...]

(eleconomista.es, 17/12/13)

Esto ocurre porque, aunque se cuenta el caso de éxito del entrevistado, lo cierto es que el tratamiento de la información aporta una visión negativa del fenómeno emprendedor.

Tabla 25: Tipología y tratamiento

Tipología/tratamiento	Negativo	Neutro	Positivo
Caso de éxito	1	1	172
Estudio	5	4	25
Formación		1	3
Fracaso	11	1	7
Historia personal	1	1	14
Iniciativa privada		1	114
Iniciativa pública	5	7	241
Mixto			32
Normativa	5	13	34
Otros		2	7

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

No es el único dato relevante para este trabajo doctoral que se aprecia en el cruce de estas variables. Además, se detectan siete ítems identificados como de fracaso que realmente cuentan historias fallidas desde un punto de vista positivo. Por ejemplo:

Titular: ¿Puede un emprendedor fracasar?

Texto: Siempre hemos sido muy positivos en los resultados que obtiene un emprendedor. Pero a veces las cosas no salen como uno quiere y acaba imponiéndose el fracaso a un proyecto que nace con mucha ilusión pero con muchos retos a superar. Personalmente siempre he tenido éxito en las aventuras que he iniciado y me costaba mucho pensar en un posible revés pero hoy tengo que admitir que uno de los proyectos estrella que estaba impulsando no va a ver la luz. Se trataba del Parque Temático de Emprendedores, que empezó como un sueño, llegó a coger cierta forma pero al final no ha visto la luz del túnel que hubiera supuesto la creación y apertura del primer parque para fomentar el carácter emprendedor entre sus visitantes [...]

(eleconomista.es, 29/11/11)

En conclusión, el tratamiento positivo destaca en todos los elementos de tipología que se han añadido, incluso en algunos casos cuando se habla de historias fallidas.

9.5.22 Tratamiento y fuentes autorizadas

Las dos variables cruzadas de tratamiento de la información ('positivo', 'neutro' o 'negativo') y la existencia o no de fuentes autorizadas en el texto analizado revela que en el 83,8% de las unidades de análisis calificadas con un tratamiento positivo se puede apreciar que se incluyen fuentes autorizadas, algo que ayuda a dar credibilidad al lector.

Son cuantiosos los ejemplos de fuentes autorizadas que se desvelan a lo largo del análisis como:

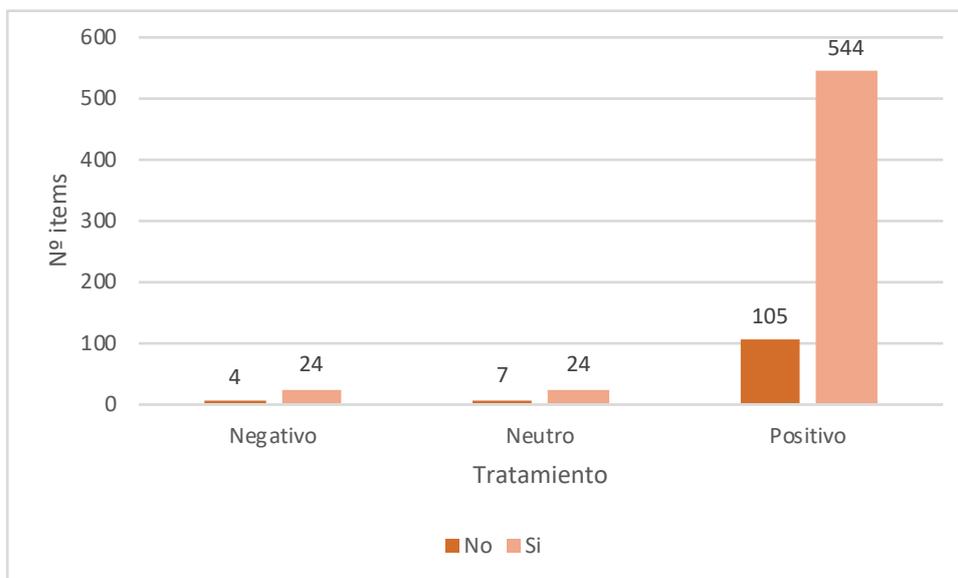
Titular: La Comunidad Valenciana impulsará el emprendimiento con un decreto-ley

Texto: Así lo ha manifestado hoy el conseller de Economía, Enrique Verdeguer, quien ha destacado que este decreto nace de la "apuesta conjunta de apoyo a los emprendedores" que ya anunció el president de la Generalitat, Alberto Fabra.

Para Verdeguer, que ha hecho estas declaraciones en el acto del vigésimo aniversario del Centro Europeo de Empresas Innovadoras, en un momento de dificultad económica como el actual la actividad emprendedora y la innovación empresarial "son claves para la generación de riqueza y empleo cualificado y sostenible" [...]

(cincodias.es, 14/12/11)

Gráfico 48: Tratamiento e inclusión de fuentes autorizadas



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.23 Tratamiento y fuentes no autorizadas

Al contrario de lo que ocurre con el cruce de variables anterior, en este caso el 87,2% de las informaciones tratadas de forma positiva no incluyen fuentes no autorizadas (fuentes personales a las que tiene acceso el redactor y están relacionadas con la información en cuestión, pero no son fuentes autorizadas de la misma), que se reservan para muy contadas informaciones. Por ejemplo:

Titular: *Perfil emprendedor de Isabel Llorens, cofundadora de Rusticae*

Texto: *Rusticae tratará de conquistar el mercado Latinoamericano. Para ello, la compañía fundada por Isabel Llorens y Carlota Mateos ha elegido Chile para comenzar. "Es un momento idóneo para potenciar un segmento de turismo con*

encanto", señalan las emprendedoras, que van a invertir 300.000 euros en la expansión, tras 17 años en el negocio.

Qué es más importante ¿la idea? ¿o ser el primero? Creo que ambas son importantes, pero una idea poderosa es mejor.

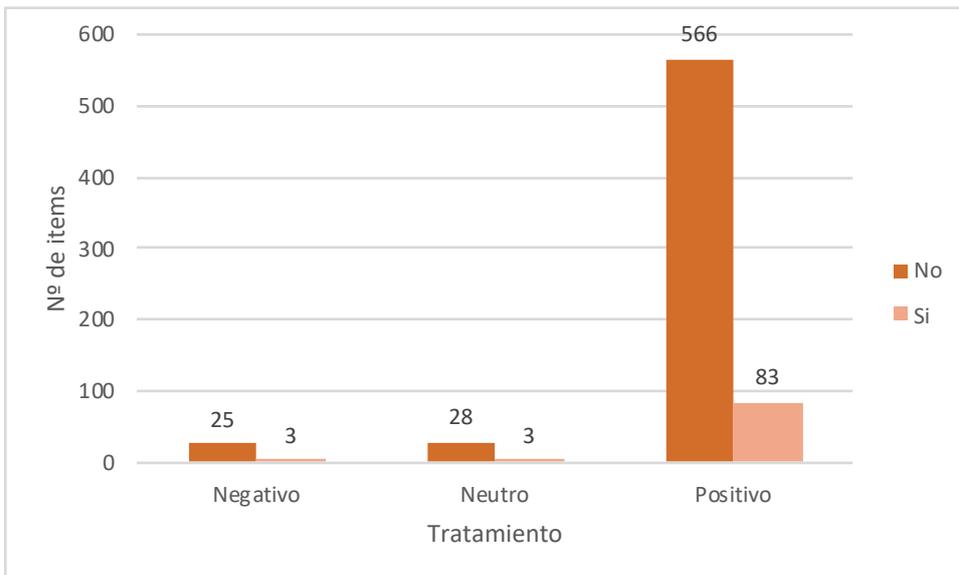
Qué es peor ¿el miedo al fracaso del emprendedor o la burla social (el "ya te lo dije" o "ya lo sabía") tras un fracaso? El miedo siempre es peor, creo que al emprendedor no le importa tanto el qué dirán.

¿Se reconoce el mérito del emprendedor o seguimos pensando "qué suerte ha tenido"? No, yo reconozco el éxito claramente. Me encanta codearme con otros emprendedores que hacen cosas innovadoras, de todos aprendes mucho.

¿Emprender es perder? No, es ganar (no sólo en lo económico, también en lo emocional y otras muchas áreas). Emprender es una manera de vivir [...]

(eleconomista.es, 09/05/13)

Gráfico 49: Tratamiento e inclusión de no fuentes autorizadas

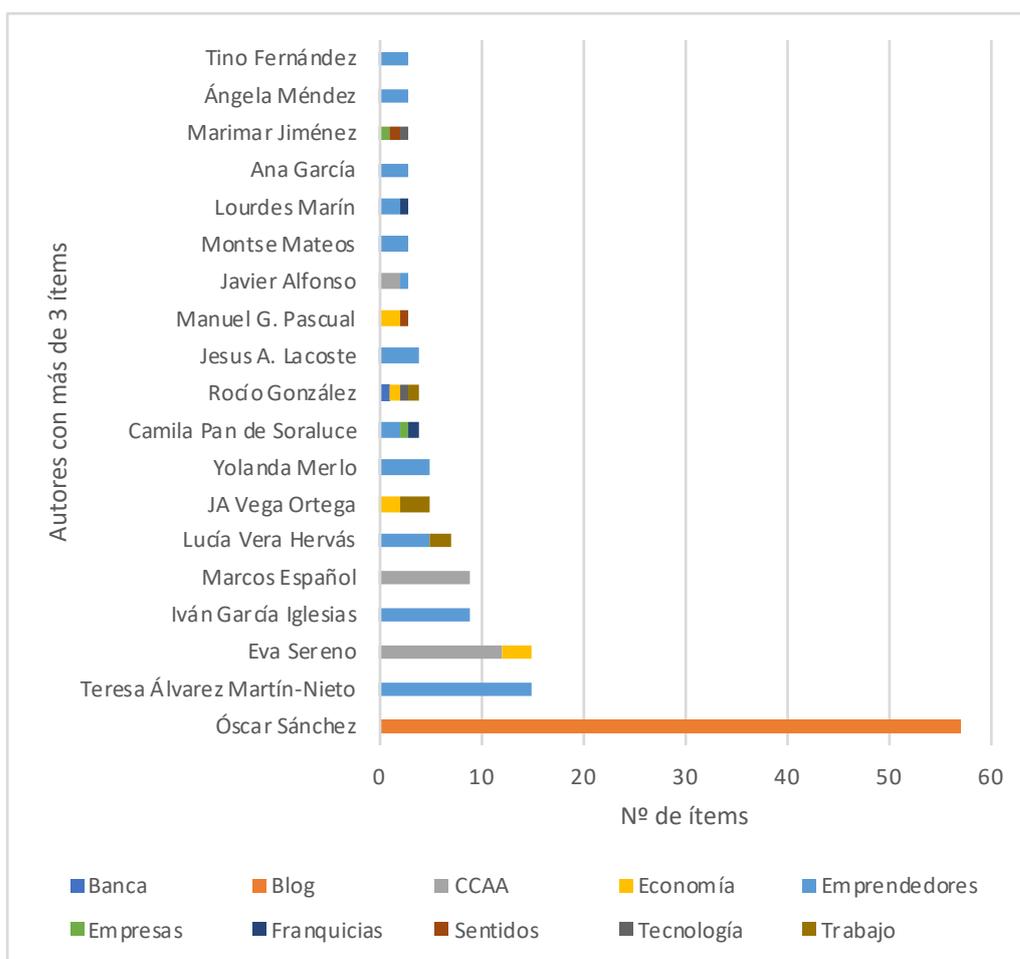


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.24 Autor y sección

A continuación, se muestra en el gráfico en el que se recoge la intersección de autores que más publican (más de tres ítems) y sección en la que lo hacen.

Gráfico 50: Autores con más de tres ítems recuperados vs. sección

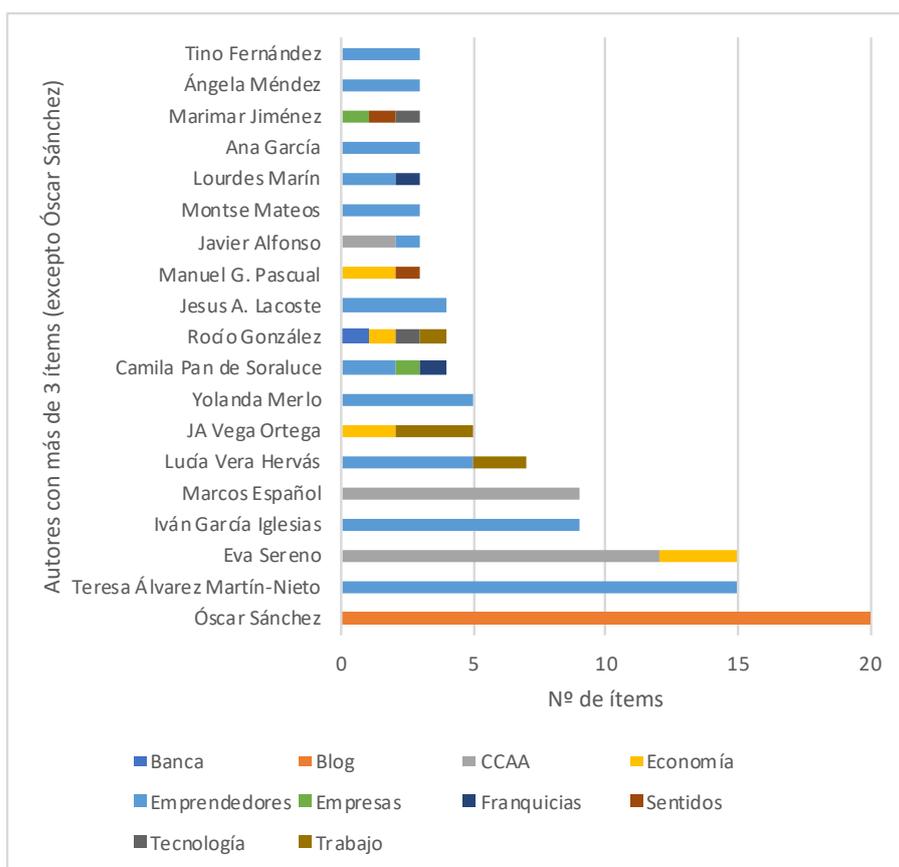


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Las variables de autor y sección aportan información que revela que los autores, por lo general, publican en la misma sección de forma habitual, puesto que están adscritos a ella. De los 96 autores, 7 de ellos publican en más de una sección: Camila de Pan Soraluce, Eva Sereno, Javier Alfonso, Lourdes Marín, Lucía Hervás y Marimar Jiménez. Además, los autores anónimos como ‘agencias’, ‘economista’, ‘cincodías’, ‘ecoaula’ o ‘sin autor’, sí que recogen ítems en más de una sección, por su idiosincrasia.

Para observar aún mejor la sección en la que publican los autores de los que más ítems se recogen, se ha eliminado al autor Óscar Sánchez, que cuenta con más 57 ítems recabados. A partir de ahí, el gráfico 51 se centra en analizar el resto de los autores y la intersección con las secciones en las que publican para que se vea con mayor claridad:

Gráfico 51: Autores con más de tres ítems recuperados vs. Sección (excepto Óscar Sánchez)



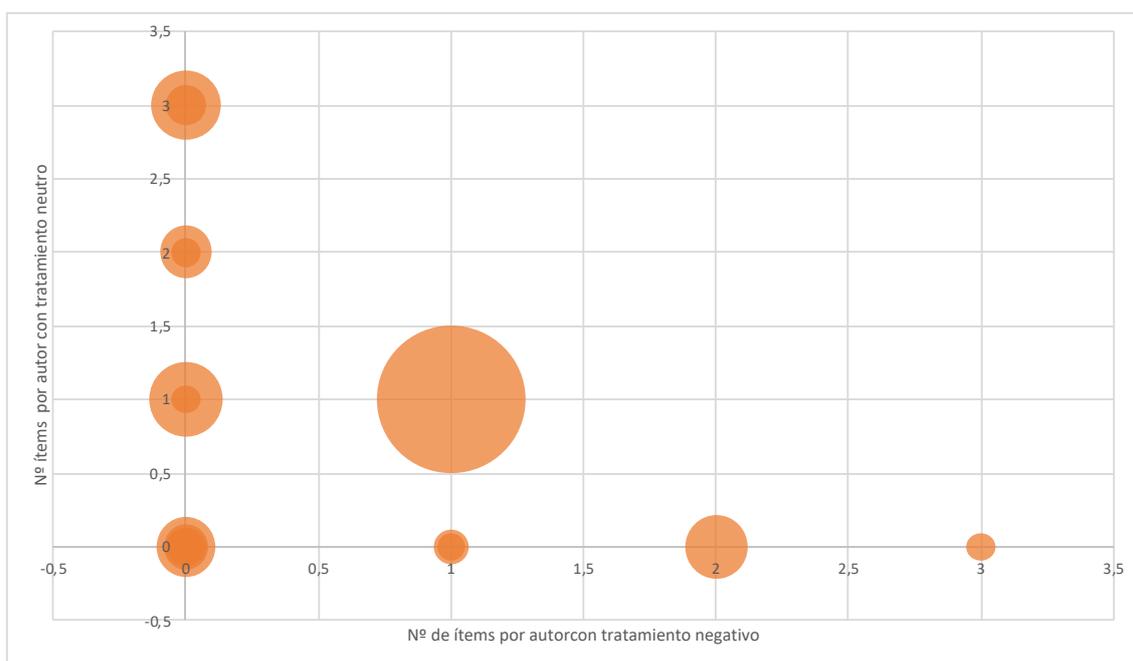
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Este cruce muestra que los redactores no cuentan con una especialización en emprendimiento, sino más bien están adscritos a determinada sección y elaboran las informaciones que corresponden.

9.5.25 Autor y tratamiento

El tratamiento que se hace de una información también depende, en gran medida, de quién lo escribe. Es por eso relevante analizar cómo los diferentes autores tratan la información. Observando el gráfico 52 se detecta que, en general, los autores suelen tratar de la misma forma el contenido que elaboran sobre emprendimiento. Destaca, por ejemplo, que si la firma es genérica ('ecoaula.es', 'economista.es', 'cinco días'), el tratamiento es en el 100% de los casos positivo.

Gráfico 52: Intersección de autores con tratamiento de la información (el tamaño indica el tratamiento positivo)



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

De los autores que publican contenidos ‘positivos’, ‘negativos’ o ‘neutros’, destaca que todos ellos elaboran más informaciones ‘positivas’ que del resto. Y solo Lucía Vera Hervás tiene una diferencia mínima entre los ítems ‘neutros, que son tres, y los ‘positivos’, que son cuatro. Del mismo modo, todos los autores, excepto uno, tienen dos tipos de tratamientos en las informaciones recuperadas. Es el caso de Óscar Sánchez, de quien se recuperan ítems con tratamiento ‘positivo’, ‘negativo’ y ‘neutro’.

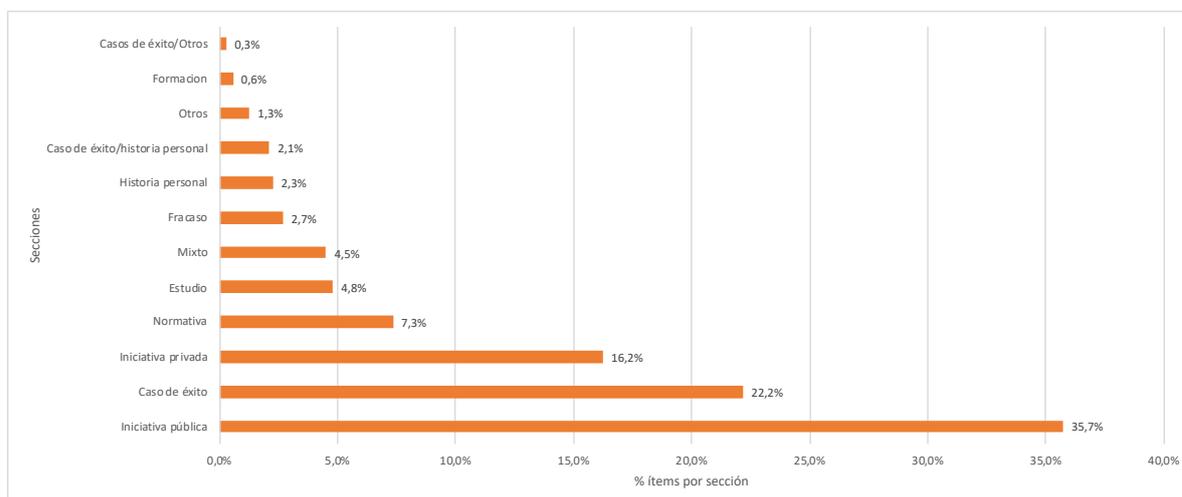
En definitiva, se observa que los autores transmiten una imagen positiva del fenómeno emprendedor en la mayor parte de sus artículos.

9.5.26 Autor y tipología

La intersección de autores con tipología del contenido analizado (caso de éxito, historia personal, fracaso, estudio etcétera.) permite observar que publican especialmente ítems clasificados como ‘iniciativa pública’ (35,7% de los ítems), ‘casos de éxito’ (24,5% al sumar ‘casos de éxito’, ‘casos de éxito/historia personal’ y ‘casos de éxito/otros’). Por el contrario, sorprende que los autores apenas redactan ítems de la tipología de ‘formación’.

En este caso, se observa gran dispersión de datos, lo que significa que los periodistas escriben indistintamente de cualquier tipología de noticia, sin centrarse en escribir solo de ‘casos de éxito’ o de ‘iniciativas públicas’, por ejemplo.

Gráfico 53: Intersección de todos los autores con tipología de la información



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Solo destaca especialmente el caso de Óscar Sánchez, del Blog de Emprendedores de *eleconomista.es*, que acumula un total de 43 ‘casos de éxito’ en sus 57 ítems analizados, lo que representa el 75,5% de los ítems firmados por este autor. Sin duda, un ejemplo de lo que se quiere demostrar en este trabajo doctoral:

Titular: *Hubble, Hubble, la inspiración que te hacía falta para emprender creando una red social*

Texto: ¿Quién dijo que el universo de las redes sociales ya ha sido totalmente explotado? Fuera quien fuera, lo que está claro es que no tenía razón, ya que, a diario, vemos como nuevos portales de este tipo se implantan en la Red para unir a personas del mundo entero con aficiones, gustos e intereses de lo más diversos.

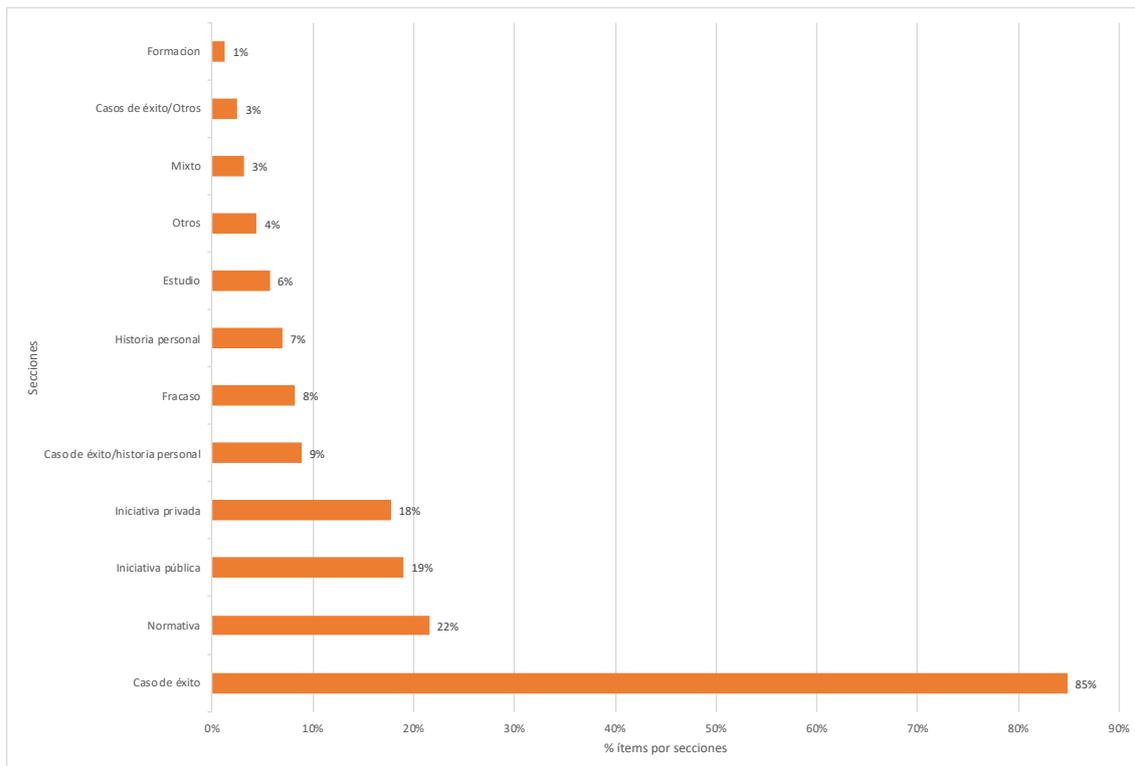
Es por ello que, si te apetece hacer uso de las nuevas tecnologías para emprender y fundar tu propia empresa, las redes sociales pueden convertirse en esa idea que andabas buscando.

Por este motivo, queremos aprovechar la ocasión para darte una dosis extra de inspiración hablándote de Hubble, una red social privada para que las familias puedan compartir mensajes de texto y de vídeo, así como fotografías, ubicaciones y alertas [...]

(*eleconomista.es*, 15/04/13)

Además, es interesante observar que en el caso de los autores que más publican, se mantiene la tendencia de hacerlo especialmente de ‘casos de éxito’ y ‘normativa’. Estas dos tipologías de ítems más repetidas entre los autores demuestran que la tendencia es destacar los triunfos (‘casos de éxito’) y facilidades (‘normativa’) que ayudan al fenómeno emprendedor.

Gráfico 54: Intersección de los autores con más de tres ítems registrados con tipología de la información



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.27 Autor y fuentes autorizadas oficiales

Si se analiza lo que hacen los 96 autores, se observa que en el 84% de los ítems se emplean fuentes oficiales, lo que significa que, en general, los autores de los textos analizados intentan dotarlos de relevancia, aportando como fuentes voces autorizadas.

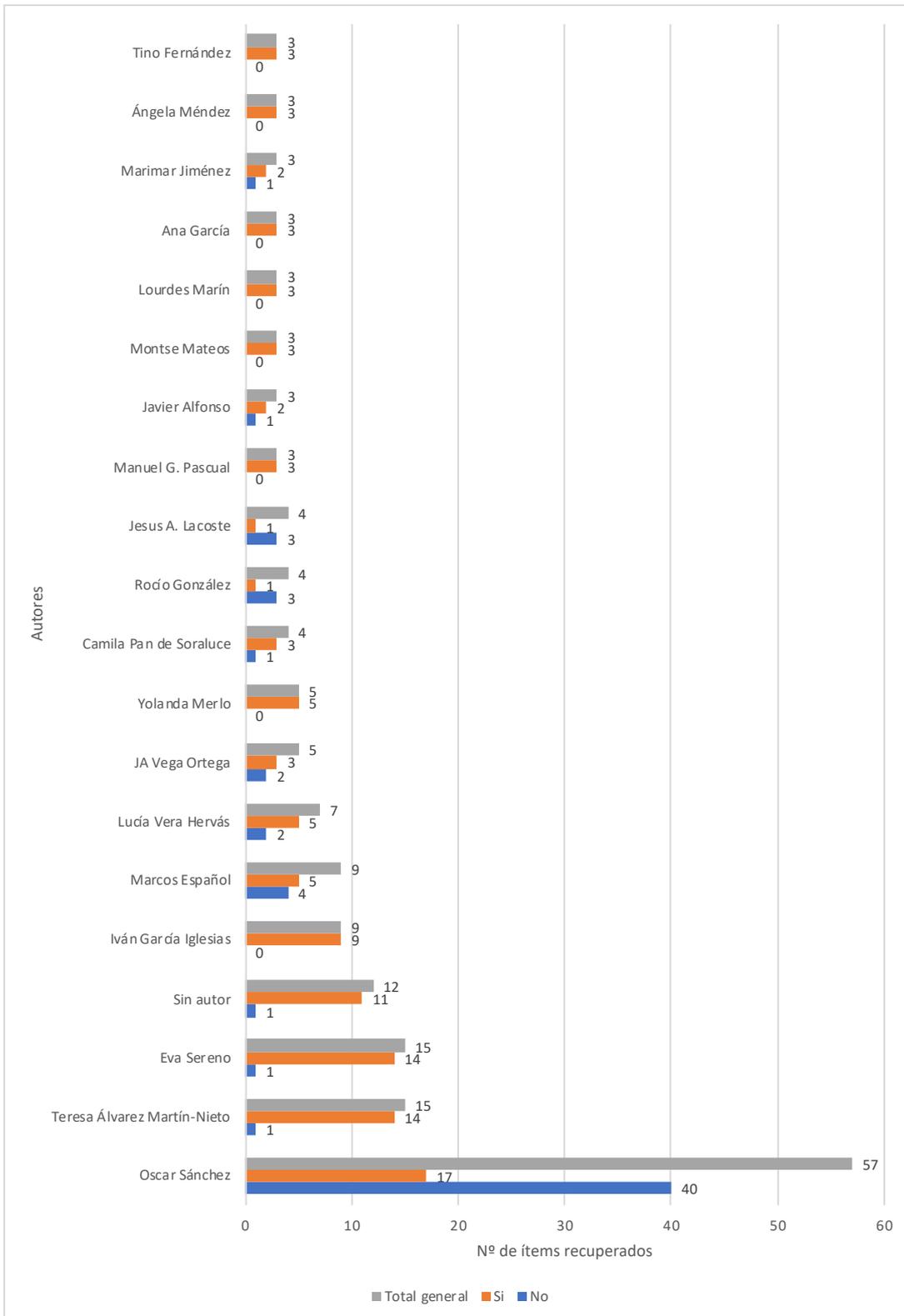
Tabla 26: Autores que utilizan fuentes autorizadas

No	Sí
116	592
16%	84%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

Si el análisis se traslada a aquellos que han publicado tres ítems o más en el periodo analizado, el resultado es el siguiente:

Gráfico 55: Intersección de los autores con el uso de fuentes oficiales



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

En este caso, se observa que hay menor uso de fuentes oficiales si el análisis se limita a los autores de los que se han recuperado tres ítems o más en el periodo analizado.

Tabla 27: Autores con más de tres ítems que utilizan fuentes autorizadas

No	Sí
60	110
35%	65%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.28 Autor y fuentes no autorizadas (personales)

El uso de fuentes personales en este caso está más relacionado con casos de éxito/fracaso a la hora de emprender que con el uso de la voz de sus autores. Así, se observa que 90 de los ítems analizados cuentan con fuentes no autorizadas (personales), es decir, el 12,7%, pero su uso es inferior entre los autores que las fuentes oficiales.

Destaca Óscar Sánchez como el autor que acumula más ítems con fuentes personales, alcanzando su uso en 24 de los analizados bajo su firma.

9.5.29 Medio y textos de apoyo

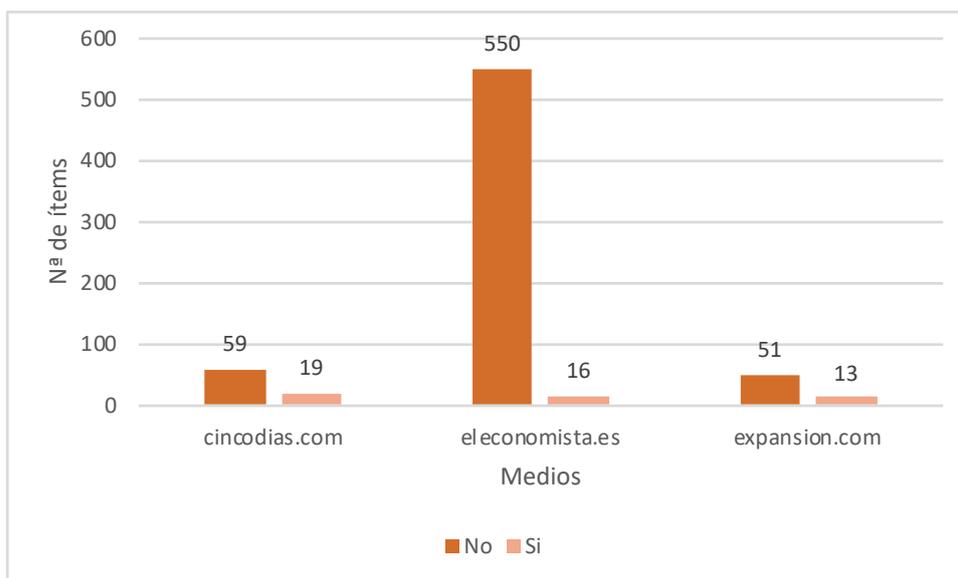
La utilización de diversos elementos de apoyo a los textos periodísticos está descrita por diversos autores en la revisión de la literatura como una forma que tiene el autor de darle mayor relevancia al texto, aumentar su análisis y en definitiva, poder trasladar al lector mayor importancia de la información.

En el gráfico 55 se puede observar cómo en todos los medios destacan los ítems que no cuentan con textos de apoyo. Y, además, los valores absolutos de ítems con textos de apoyo son muy similares en los tres medios -19 en *cincodias.es*, 16 en *eleconomista.es* y 13 en *expansion.com-*, cuando su aportación en número de unidades de registro difiere mucho. Sin embargo, la diferencia en cada medio de comunicación analizado es diferente.

Por ejemplo, en el caso de *eleconomista.es*, el porcentaje de textos que incluyen contenido de apoyo se queda en el 2,8%, frente al 24,3% de las unidades de registro de *cincodias.es*

que contienen textos de apoyo, o al 19,1% de los ítems de *expansion.com* que los acompañan. Con estos datos, se puede concluir que son *cincodias.es* y *expansion.com* los medios de comunicación que tratan con mayor profundidad los textos.

Gráfico 56: Ítems con textos de apoyo por medio de comunicación

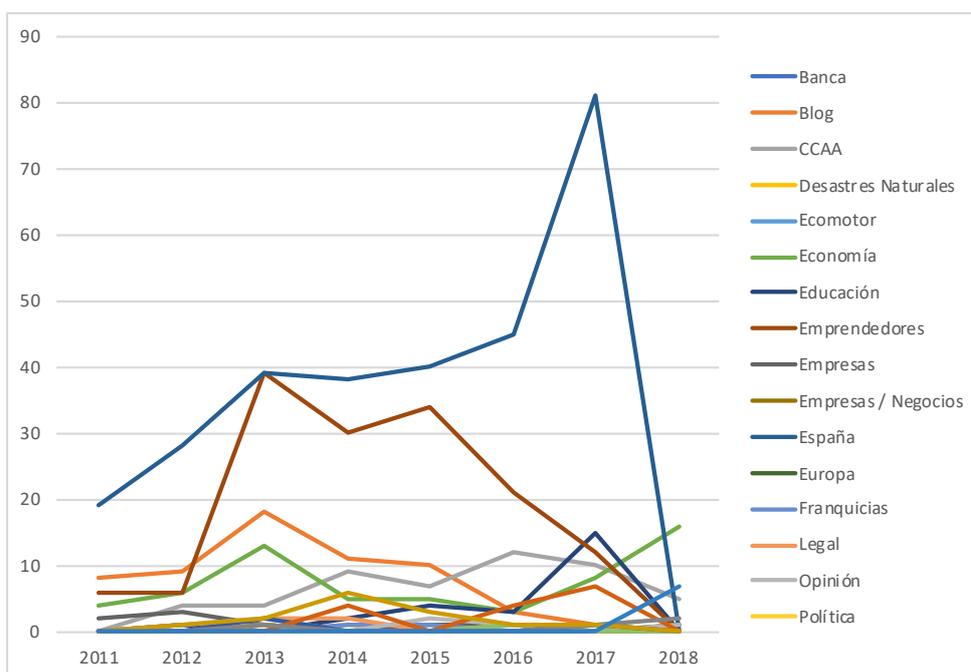


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.30 Fecha y sección

El cruce de estos dos datos revela cómo ha sido la evolución del tratamiento de la información en función de las secciones a las que se les ha dado más peso. La sección de ‘Emprendedores’, por ejemplo, sí que sigue una evolución similar a la que la llevado la ‘burbuja informativa’ que se ha identificado sobre el fenómeno emprendedor. Del mismo modo, algo parecido ocurre con la sección ‘Empresas/Negocio’, que también evoluciona de forma paralela.

Gráfico 57: Número de ítems por fecha y sección

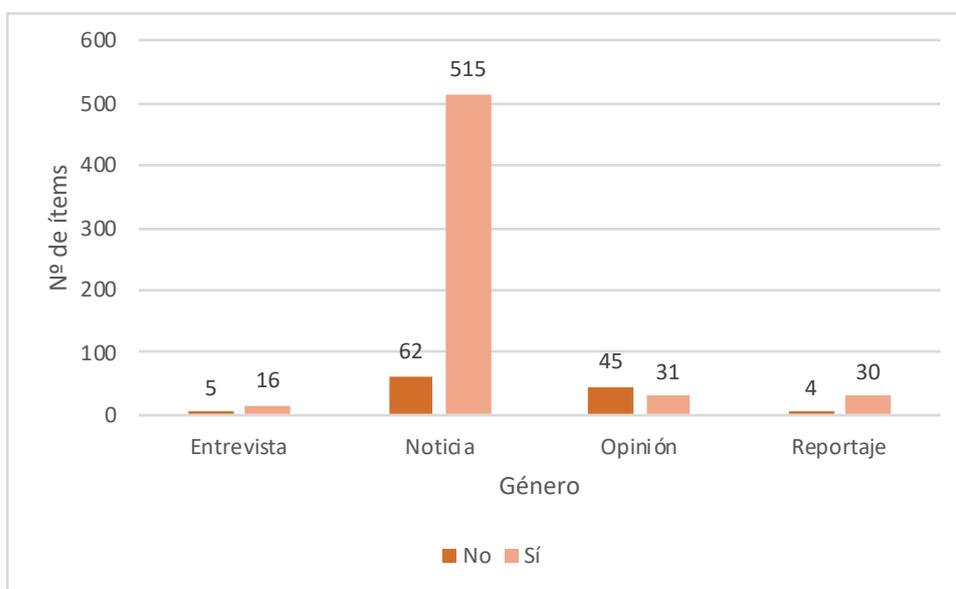


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.31 Género y fuentes autorizadas

El gráfico, al cruzar las variables de género y fuentes autorizadas, refleja lo previsto: los géneros de ‘noticia’, ‘reportaje’ y ‘entrevista’ cuentan mayoritariamente con ‘fuentes autorizadas’, mientras que los ‘artículos de opinión’ no. Esto refleja que los redactores y autores de los contenidos se ciñen a las normas periodísticas de tratamiento de información, respetando la elaboración de cada género, en función de los parámetros establecidos (Martínez, 2001).

Gráfico 58: Género y fuentes autorizadas (oficiales)

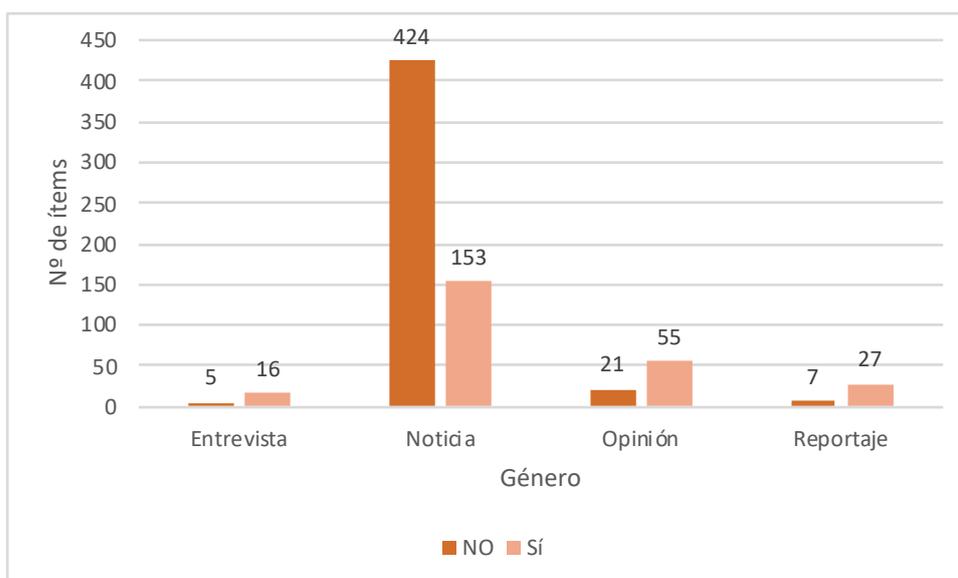


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.32 Género y apoyo fotográfico

En este cruce destaca claramente que, en todos los géneros, excepto en ‘noticias’, se dan en mayor proporción artículos con fotografías que con ellas: el 73,4% de las ‘noticias’ no lleva imágenes de apoyo, y el 26,5% sí que las incluyen. Los contenidos que cuentan con elementos de apoyo ayudan a explicar más claramente lo que se quiere transmitir y además, dan mayor relevancia al contenido. Así, el 16,1% de las ‘entrevistas’ no incluye imágenes acompañando al texto y el 83,8% sí; y el 20,5% de los ‘reportajes’ no contiene, frente al 79,4% que sí lo hace a través de fotografías de apoyo y el 27,6% de los ‘artículos de opinión’ no usa imágenes frente al 72,3% que sí las utiliza.

Gráfico 59: Género y apoyo fotográfico

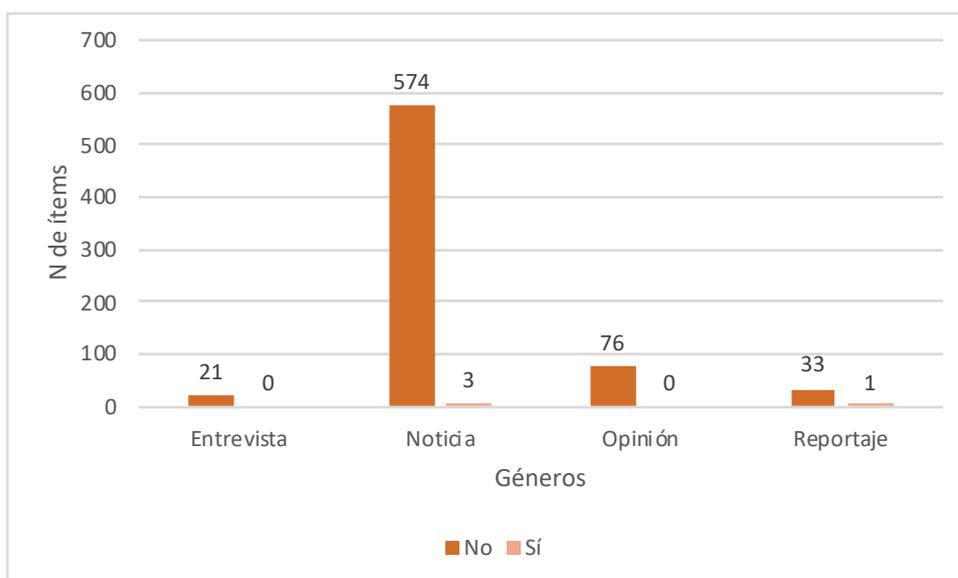


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.33 Género y gráficos de apoyo

Los gráficos de apoyo suelen ser más habituales en los contenidos vinculados a la economía, por lo que, en este análisis, cabría esperar que muchas de las unidades de registro los incluyeran. Sin embargo, el vaciado de contenido y el análisis revelan lo contrario: apenas existen cuatro unidades de registro de todas las analizadas que contienen gráficos, tres de ellas en 'noticias' y una más en 'reportaje'. Esto demuestra que el tratamiento realizado a la información es más superfluo y no se hace en profundidad.

Gráfico 60: Género y gráficos de apoyo



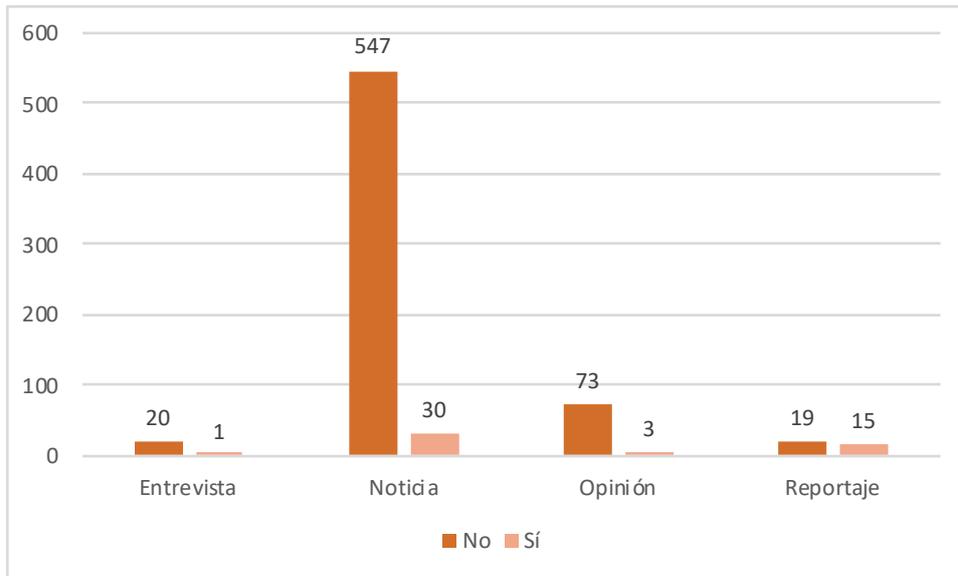
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.34 Género y textos de apoyo

Los textos de apoyo son otro de los elementos que ayudan a dar relevancia a un contenido, consiguiendo explicarlo mejor y aumentar su extensión en los medios de comunicación. En este caso, todos los géneros pueden contar con este elemento de forma indistinta, aunque del vaciado de datos realizado, se ve que observa el género ‘noticia’, con el 5,1% de los contenidos con textos de apoyo.

Sin embargo, el dato más relevante es cómo en el caso de los ‘reportajes’, el 44,1% de las unidades de registro analizadas cuenta con textos de apoyo, siendo el género más adecuado para la profundización en los temas.

Gráfico 61: Género y textos de apoyo



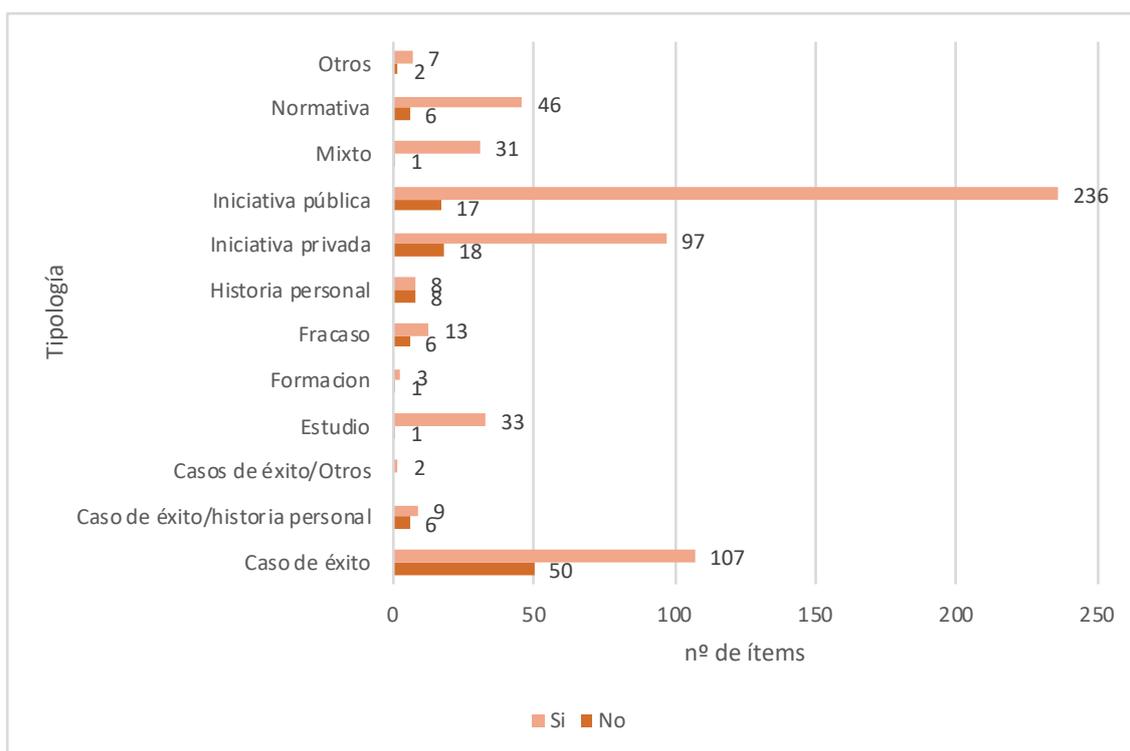
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.35 Tipología y fuentes autorizadas

El uso de fuentes autorizadas en un texto lo dota de autoridad y relevancia. Es por eso que al cruzar las variables de tipología y fuentes autorizadas, se observa que los ítems que corresponden a ‘iniciativa privada’, ‘iniciativa pública’, ‘normativa’, ‘estudio’ y ‘caso de éxito’ son los que más fuentes autorizadas utilizan.

Por tanto, en el análisis efectuado se observa que el uso de fuentes autorizadas es el correcto, destacando el número de ítems que las incluyen frente a los que no las incluyen en todas las categorías dentro de tipología.

Gráfico 62: Cruce de tipología y fuentes autorizadas

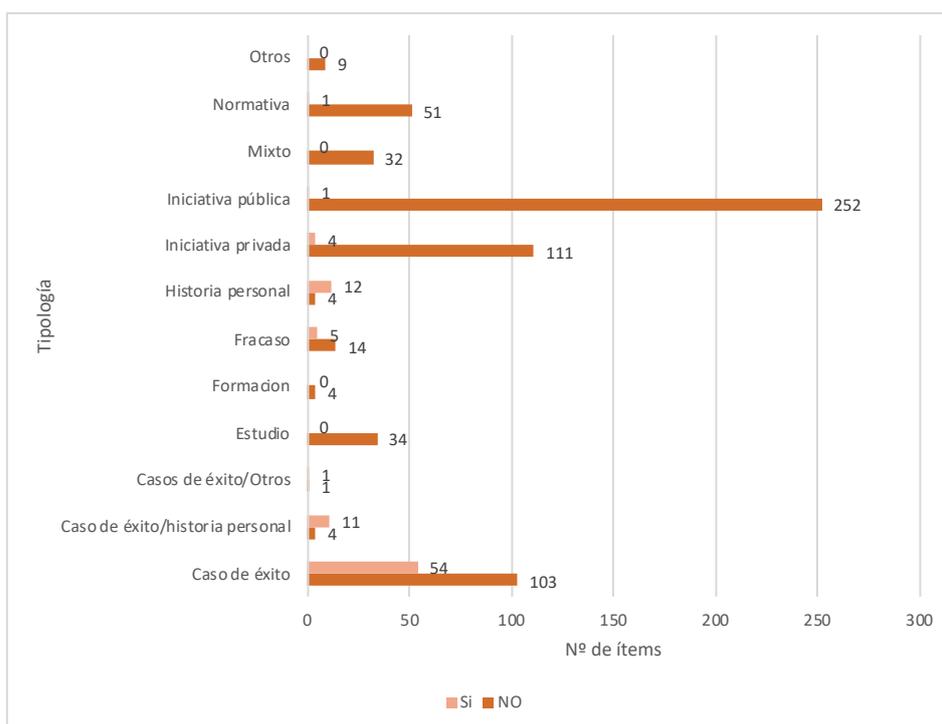


Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.36 Tipología y fuentes personales

Al cruzar las variables de tipología y fuentes personales, se observa claramente que los ítems que mayor uso hacen de las fuentes personales son ‘casos de éxito’, ‘casos de éxito/historia personal’ e ‘historia personal’. Todas estas tipologías en las que se hacen necesarias el uso de fuentes de información personales, relativas a los protagonistas de cada noticia.

Gráfico 63: Cruce de tipología y fuentes personales



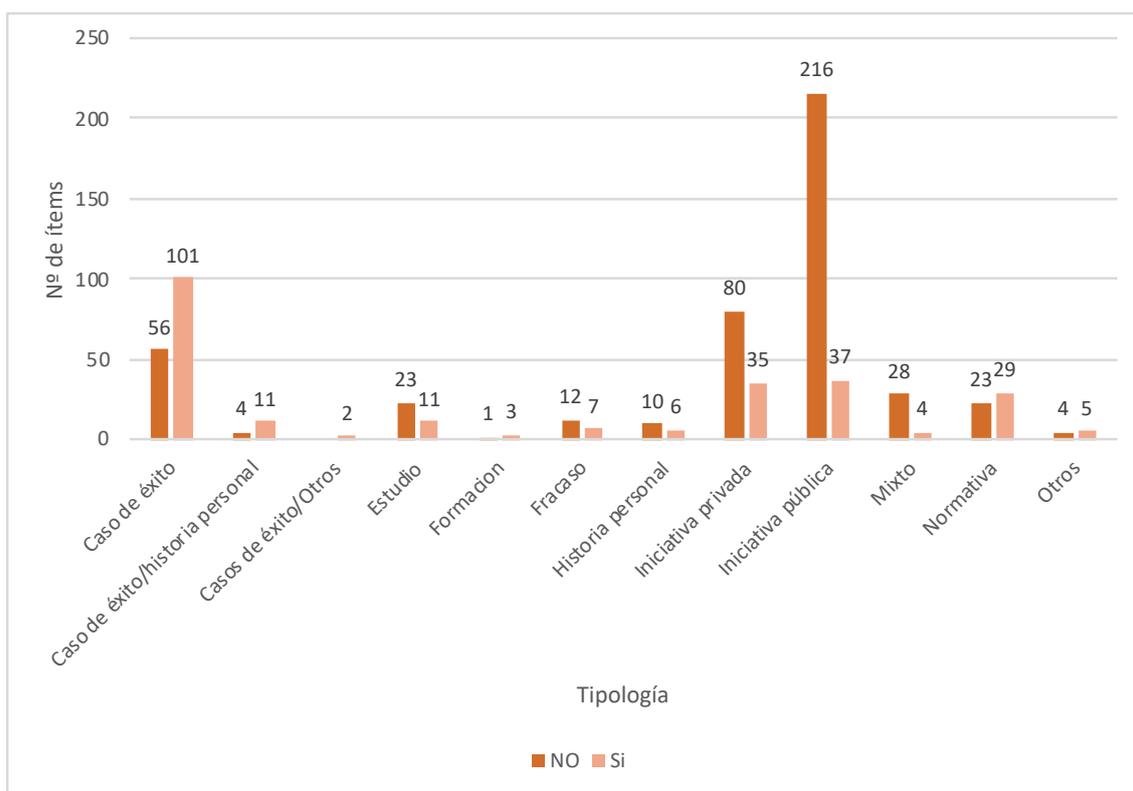
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

9.5.37 Tipología y apoyo fotográfico

Como se aprecia en el gráfico 64, los ítems que cuentan con apoyo fotográfico de forma mayoritaria en función de la tipología de información están relacionados con las categorías de ‘casos de éxito’, ‘iniciativa pública’, ‘iniciativa privada’ y ‘normativa’. Este dato aporta una nueva evidencia de que los medios de comunicación dan relevancia a aquellas informaciones como ‘casos de éxito’, que están interesados en destacar, fruto del interés del medio de comunicación por destacar las historias de éxito.

En el caso de ‘iniciativa pública’, ‘iniciativa privada’ y ‘normativa’, puede ser debido a que este tipo de informaciones suelen ser facilitadas en formato nota de prensa y suelen acompañar imágenes a la información, lo que facilita que el medio de comunicación disponga de este tipo de elemento de apoyo de forma más sencilla, y por tanto, que lo pueda utilizar.

Gráfico 64: Cruce de tipología y apoyo fotográfico



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de MyNews.

10 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

10. Investigación cualitativa: Entrevistas en profundidad

Este trabajo doctoral contempla el punto de vista de los medios de comunicación analizados a través de la técnica de la entrevista en profundidad como parte de la investigación cualitativa desarrollada. La entrevista permite recabar datos a partir del establecimiento de un diálogo entre dos partes: el investigador y el entrevistado. La entrevista es considerada “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas” (Denzin y Lincoln, 2005: 643).

Pero estos autores también destacan que esta técnica de recogida de datos está influenciada por la subjetividad del entrevistador. Esta herramienta implica la intervención de una persona cualificada y con unos objetivos que este investigador tiene previamente marcados. Por tanto, se considera al entrevistador un mediador que guía la recolección de información, organiza y controla la aplicación del cuestionario y registra las respuestas.

Puesto que se busca una entrevista en profundidad y cualitativa, no se ha basado en cuestionario con preguntas cerradas, de forma que el entrevistado sea preguntado e interpelado por el investigador. El objetivo de esta parte de la investigación es profundizar en el conocimiento sobre cada uno de los medios de comunicación objeto de estudio y la forma de selección y trabajo del contenido.

De forma previa a las entrevistas, se ha seleccionado al entrevistado adecuado de acuerdo con los siguientes criterios:

1. Tiempo trabajado en la empresa: antigüedad en el medio de comunicación (permite tener un histórico de lo acontecido en los últimos años).
2. Conocimiento del área de emprendedores en el medio de comunicación: responsabilidad directa en la toma de decisiones de esta área en el presente o en el pasado.

3. Cargo de responsabilidad en el medio de comunicación: se ha elegido el perfil de mayor rango de responsabilidad.

Finalmente, los seleccionados para las entrevistas fueron: Pablo Sempere, redactor de Directivos en Cinco Días; Juanjo Santacana, adjunto al director en El Economista, y un responsable de la sección de Emprendedores de Expansión que ha solicitado aparecer de forma anónima en este trabajo doctoral. A continuación, se ha procedido a plantear al entrevistado su disponibilidad, acercándole todas las posibilidades: presencial, telefónica, por cuestionario, etcétera. Todos los entrevistados optaron por la entrevista telefónica, que se realizó durante los meses de abril y mayo de 2019.

En todos los casos, el contacto con los entrevistados se demoró un par de meses hasta conseguir localizar al candidato más adecuado en base a los criterios más arriba señalados. A partir de su localización, el proceso de cierre de la entrevista se dilató debido, especialmente, al alto grado de ocupación de todos ellos debido a sus cargos de responsabilidad.

Del mismo modo, se buscaron momentos de relativa tranquilidad para los entrevistados, puesto que su día a día incluye muchas interrupciones en forma de mails, llamadas de teléfono y visitas varias. Los tres entrevistados aceptaron participar en la entrevista, conociendo el objetivo y el destino final de ésta. Por tanto, se cuenta con la aceptación y autorización de todos ellos para su publicación. A la vez se ha desarrollado el cuestionario para poder acometer las entrevistas.

Para ello, se han llevado a cabo entrevistas semiestructuradas, en las que se ha preparado previamente un guión sobre las temáticas a explorar con el entrevistado. Este tipo de entrevistas incluyen preguntas abiertas, en las que el entrevistado puede responder en función de su comprensión, matizar las respuestas, y salirse del cuestionario inicial si surgen asuntos interesantes a tratar.

A lo largo de las entrevistas, se han introducido en las respuestas del entrevistado los contenidos que son de interés para el estudio, enlazando la conversación de forma espontánea. Respecto al cuestionario, se ha tenido en cuenta que las primeras preguntas fueran más genéricas, de contexto, para ir adentrándose poco a poco en la cuestión. A

continuación, se ha desarrollado el cuerpo de la entrevista, con las preguntas más destacadas respecto a la temática a tratar.

Conforme fueron evolucionando las entrevistas, se pudieron añadir matices a las preguntas y respuestas, aunque en general se ha mantenido el guión inicial. Se ha optado por este tipo de entrevista en la parte de investigación cualitativa porque permite un razonable grado de control por parte del investigador y un cierto grado de libertad en las respuestas en el informante.

Este ha sido el cuestionario inicial planteado:

1. *¿Cuántos años lleva como responsable/director/coordinador... de...?*
2. *¿Cómo ha cambiado/evolucionado desde su punto de vista la economía española en este tiempo?*
3. *¿Qué temas diría que son los que más interesan en su medio de comunicación?*
4. *¿Ha cambiado esto en los últimos años?*
5. *Uno de los temas que ha estado bastante presente en la información económica es el fenómeno del emprendimiento. ¿Está usted de acuerdo con esta apreciación?*
6. *¿Cuenta su medio de comunicación con una sección dedicada al emprendimiento?*
7. *Si es así, ¿cuándo se creó? ¿Qué les motivó a crearla?*
8. *¿Han detectado en los últimos años mayor interés de sus lectores por este tipo de informaciones?*
9. *¿Cuenta con periodistas especializados en emprendimiento?*
10. *Las noticias que se hacen de este asunto, ¿qué interés suscitan en el lector?*
11. *¿Percibe que la mayoría de noticias que se cuentan sobre emprendimiento son positivas?*

12. Cuando se publican noticias relacionadas con nuevas empresas o proyectos de emprendimiento, ¿se da seguimiento a estos proyectos?

13. ¿Se plantean reportajes y entrevistas de esta área?

14. ¿Considera que la información que se realiza sobre emprendimiento es más elaborada, igual de elaborada o menos elaborada que el resto?

15. Política de fomento del emprendimiento.

Tras la realización de la entrevista se emplazó a todos los entrevistados a posibles contactos posteriores para poder aclarar dudas sobre todo lo expuesto y preguntado. Posteriormente, se ha llevado a cabo la edición de estas que ha dado el resultado siguiente:

10.1 Entrevistas a responsables de medios de comunicación

10.1.1 Entrevista a Juanjo Santacana, adjunto al director de El Economista

(Las respuestas del cuestionario no reflejan necesariamente la posición del medio de comunicación en el tema tratado, se han hecho a título personal).

1. ¿Cuántos años lleva en su actual puesto?

Desde la fundación del periódico en 2006. Provengo de la revista *Emprendedores*.

2. ¿Cómo ha cambiado/evolucionado desde su punto de vista la economía española en este tiempo?

A lo largo de estos años, hemos visto pocos hitos que hayan hecho crecer la economía española. Lo que sí vemos es que las ayudas van a las grandes empresas y se ha olvidado que las empresas españolas son pymes en el 99,80% de los casos. Solo el 0,2% son grandes empresas. Por tanto, se ayuda a las grandes pero la presión fiscal la soportan las pymes.

3. ¿Qué temas diría que son los que más interesan en su medio de comunicación?

En *El Economista* en general estamos muy centrados en el tema bursátil, somos un periódico dirigido al inversor y ponemos el foco en el tema del movimiento de las grandes

empresas. En la web, se tratan temas relacionados con pymes, y además incluimos contenidos más generalistas. Aunque en la web también dedicamos espacio a los mercados.

4. ¿Uno de los temas que ha estado bastante presente en la información económica es el fenómeno del emprendimiento. ¿Está usted de acuerdo con esta apreciación?

Sí que ha ocupado mucho espacio en los últimos años. A partir de 2010, percibimos que en la web no había demasiado espacio para las pequeñas y medianas empresas (solo salían informaciones vinculadas a las empresas del IBEX) y decidimos crear secciones como ‘gestión empresarial’, ‘franquicias’, etcétera. Se creó esa parte de revistas sectoriales y digitales.

5. ¿Cuenta su medio de comunicación con una sección dedicada al emprendimiento?

Contamos con ‘Gestión Empresarial’, una sección que sale dos o tres veces por semana en papel, y además contamos con una web específica de pymes y la revista de ‘Franquicias, emprendedores y pymes’.

6. Si es así, ¿cuándo se creó? ¿Qué les motivó a crearla?

En el año 2009/2010, con todos los recortes y la situación económica, creamos un modelo de revistas digitales, y esa fue una de las primeras que salió. Desde entonces es un tema que tratamos de forma habitual en nuestro medio de comunicación. Lo que hemos visto a lo largo de estos años es que hay mucha gente que se ha sumado al fenómeno del emprendimiento, intentando vender un producto, pero olvidándose de la marca. Muchas veces a los medios nos intentan vender casos de éxito que no lo son tanto.

7. ¿Han detectado en los últimos años mayor interés de sus lectores por este tipo de informaciones?

Sí que se leen más las noticias relacionadas con el emprendimiento. Desde la época de crisis, lo que ha habido ha sido un interés de la gente que no encontraba trabajo y se ha metido a vender, y en muchas ocasiones, a emprender.

8. ¿Cuenta con periodistas especializados en emprendimiento?

Contamos con una plantilla estable especializada en información de emprendedores.

9. ¿Percibe que la mayoría de noticias que se cuentan sobre emprendimiento son positivas?

En general, vemos muchas noticias muy optimistas, y que relatan casos de éxito del ecosistema emprendedor. Pero en nuestro caso, a veces, también damos noticias negativas del sector.

10. Cuando se publican noticias relacionadas con nuevas empresas o proyectos de emprendimiento, ¿Se da seguimiento a estos proyectos de emprendimiento?

Nosotros, por ejemplo, tenemos una norma que es que un proyecto, para darlo como tal, debe tener al menos dos años de vida. Si no es así, no le hacemos la entrevista. Intentamos hacer seguimiento de los proyectos, pendientes siempre de ciertas cosas que sacamos que pueden ser interesantes.

11. ¿Se plantean reportajes y entrevistas de esta área?

Si, siempre que se puede. Detectamos más proyectos emprendedores interesantes fuera de los grandes núcleos. Concretamente, se desarrolla más en la España rural.

12. ¿Considera que la información que se realiza sobre emprendimiento es más elaborada, igual de elaborada o menos elaborada que el resto?

En nuestro caso, igual de elaborada.

13. Política de fomento del emprendimiento

Tenemos una parte que es observatorios, y trabajamos temas determinados de interés y por tanto, hacemos observatorios sobre emprendimiento. No podemos olvidar que en sector de emprendedores, la idea solo vale un 10%. El otro 90% es la puesta en marcha, el modelo de negocio, las inversiones. Y solo se aprende fracasando. En el ecosistema emprendedor hay cuatro que manejan la mayoría de eventos, iniciativas y demás y en muchas ocasiones da la sensación de que quieren vender humo. Se plantea un modelo de negocio que es muy difícil.

10.1.2 Entrevista a un responsable de Emprendedores de Expansión

(Las respuestas del cuestionario no reflejan necesariamente la posición del medio de comunicación en el tema tratado, se han hecho a título personal. En este caso, el entrevistado ha solicitado aparecer de forma anónima en la tesis doctoral).

1. ¿Cómo ha cambiado/evolucionado desde su punto de vista la economía española en los últimos años desde 2010 (breve respuesta)?

Sobre todo, en la parte que yo toco, es todo lo que se refiere a la transformación digital de las empresas, aparte de las crisis y demás. La influencia ha sido buena para los que se han sabido adaptar.

2. ¿Qué temas diría que son los que más interesan en su medio de comunicación?

En internet, lo más leído suelen ser temas muy ligeros. Además, los temas que tienen que ver con datos de paro, fiscalidad o salarios también son de los que más interés suscitan.

3. ¿Ha cambiado esto en los últimos años?

Si, pero de forma relativa. Por ejemplo, en el área de emprendedores, que hubo una fiebre muy grande a partir del año 2012. Lo que se detecta ahora es que el interés por este tipo de noticias ha caído un poco.

4. Uno de los temas que ha estado bastante presente en la información económica es el fenómeno del emprendimiento. ¿Está usted de acuerdo con esta apreciación?

Pienso que es una burbuja absoluta: a partir de 2012, se empieza a hablar de forma repetitiva de emprendedores, pero en realidad los temas son los que previamente estaban relacionados con pymes y autónomos.

5. ¿Por qué?

Había cambiado el concepto, pero no era verdad lo que se trataba en los medios. Los verdaderos emprendedores reniegan de muchas de las cosas que se sacan en la prensa. Todo lo que salió tiene que ver más con autónomos que emprendedores. A nivel fechas,

todo este movimiento de emprendedores tiene mucho que ver con la crisis, lo que provocó que mucha gente emprendiera por necesidad y, al final, fracasaran.

Además, está el añadido de los gurús: hay mucha gente hablando de emprendimiento que no ha montado nunca una empresa. En la época más álgida de la burbuja el mayor porcentaje de emprendedores lo hacía por necesidad.

En el periódico recibimos llamadas constantemente de gente que quiere salir y tenemos como norma no sacar a un solo emprendedor en un reportaje porque eso sería un publirreportaje. Siempre nos guardamos los contactos para que, llegado el día, podamos hablar con esta persona. De hecho, esta fiebre por salir en prensa nos ha llevado a crear un proyecto para hacer unos clasificados de emprendedores que se anuncian y lo cuentan. En papel e internet.

6. ¿Cuenta su medio de comunicación con una sección dedicada al emprendimiento?

Si, la creamos precisamente en 2012, al calor de todo el interés que se estaba suscitando. Se llamaba ‘Emprendedores y empleo’, y fue la evolución de un suplemento anterior llamado ‘Expansión y empleo’. Apenas duró tres o cuatro años y se decidió volver al nombre original. Ahora solo sacamos el suplemento en digital.

7. Si es así, ¿cuándo se creó? ¿Qué les motivó a crearla?

La creamos por la moda que se adivinaba por este tipo de informaciones.

8. ¿Han detectado en los últimos años mayor interés de sus lectores por este tipo de informaciones?

En este momento, a la gente le ha dejado de interesar todo lo que tenga que ver con emprendedores, y en cambio las noticias sobre temas más genéricos, se las leen. No olvidemos que el buen emprendedor monta una empresa para ganar el dinero. Parece que hay una carrera para ver quién levanta más dinero, cuando el objetivo no es ese.

9. ¿Cuenta con periodistas especializados en emprendimiento?

Nuestros periodistas no están especializados en emprendimiento, pero sí en economía, por lo que son capaces de escribir de todo esto.

10. ¿Percibe que la mayoría de las noticias que se cuentan sobre emprendimiento son positivas?

En la época más dura de la crisis, la norma era tratar de contar cosas positivas, se buscaba dar una bocanada de aire fresco, pero las historias de fracaso son también muy positivas, aunque nadie quiere contarlas. El 99% no te cuenta nunca cuáles son sus fracasos. Les cuesta mucho contar las veces que se han pegado la bofetada. Las historias de fracaso son más sutiles.

11. Cuando se publican noticias relacionadas con nuevas empresas o proyectos de emprendimiento, ¿Se da seguimiento a estos proyectos de emprendimiento?

Sí que lo hacemos. Inevitablemente, vuelves sobre sectores, historias, temas y vas a las fuentes y te das cuenta de que los que habías puesto como modelo, no están ya.

12. ¿Se plantean reportajes y entrevistas de esta área?

Se intenta profundizar, no nos dedicamos a dar noticias, nos dedicamos a hacer reportajes.

13. ¿Considera que la información que se realiza sobre emprendimiento es más elaborada, igual de elaborada o menos elaborada que el resto?

Igual o más.

14. Política de fomento del emprendimiento

En Expansión, tenemos secciones que cuentan cosas sobre las empresas, las pymes tienen otra forma de proceder y son historias. Son diferentes de las empresas tradicionales. Contamos ideas que desarrollan sectores.

10.1.3 Entrevista a Pablo Sempere, redactor de Directivos en Cinco Días

(Las respuestas del cuestionario no reflejan necesariamente la posición del medio de comunicación en el tema tratado, se han hecho a título personal).

1. ¿Cuántos años lleva como en su actual puesto?

Soy redactor de la sección de Directivos y llevo desde 2014 en el periódico.

2. ¿Cómo ha cambiado/evolucionado desde su punto de vista la economía española en los últimos años desde 2010 (breve respuesta)?

En 2010, estamos viviendo en España las consecuencias de la crisis de 2008, donde el país ha perdido su principal industria, la construcción, y las empresas cuentan con un endeudamiento excesivo, donde el consumo se ha desplomado y aumentan los índices de morosidad. En ese momento, lo que salva a la economía es el fortalecimiento del sistema bancario.

Ahí, muchas empresas intentan buscar salidas, desde fuera o dentro de la empresa, para revertir la situación. Y esto está muy relacionado con el tema del emprendimiento: su auge es la consecuencia de este *impass* económico que vive España. La gente se incorpora al mercado laboral con sus estudios y no sabe hacia dónde ir y ve en el emprendimiento una salida.

3. ¿Qué temas diría que son los que más interesan en su medio de comunicación?

Todo lo que atañe a las empresas como tal. Es una de las patas fundamentales, la información de las grandes empresas. Otra pata fundamental son mercados y finanzas. A nivel papel, aún tiene tirón, al aportar un análisis de lo que pasa. La tercera pata de nuestra información sería fiscalidad, impuestos y mercado laboral. Y, por último, los temas de opinión, donde somos muy exhaustivos en lo que publicamos.

Además de estas cuatro patas, en ocasiones buscamos la vertiente económica a temas de actualidad, como puede ser la crisis catalana con el tema de la independencia. En otras ocasiones, se busca la conexión de áreas como deportes, arte y cultura, estilos de vida... con la parte empresarial y económica.

4. ¿Ha cambiado esto en los últimos años?

Sí, las secciones evolucionan. Por ejemplo, en la última época, la tecnología impacta en todas las secciones. Se ha creado el suplemento 'Retina', que refleja la parte más tecnológica. Así, se habla de nuevas formas de trabajo y cómo impactan en el mercado laboral. Otro de los temas que mayor cabida está teniendo es todo aquello relacionado con los temas de género, que también han aumentado. Y se habla de diversidad en

general: edad (millennials, nuevas generaciones, inspiraciones, etcétera), todo esto cambia los enfoques. También el tema de la sostenibilidad.

5. Uno de los temas que ha estado bastante presente en la información económica es el fenómeno del emprendimiento. ¿Está usted de acuerdo con esta apreciación?

Si, sin duda.

¿Por qué?

Se ha entendido el emprendimiento como una posible salida a la destrucción de empleo. Se ha promovido mucho el emprendimiento interno y externo. Es un tema que se empieza a hablar en 2010 y en 2014 está ya bastante consolidado.

6. ¿Cuenta su medio de comunicación con una sección dedicada al emprendimiento?

Tenemos una sección que es ‘Territorio pyme’ desde 2010, se tocan temas de emprendimiento: autónomos, pymes, legislación, guías de financiación, impacto tecnología. En ‘empresas y directivos’ también tratamos temas de emprendimiento. ‘Empresas’ da una visión desde el conglomerado empresarial y desde ‘Directivos’ tocamos el emprendimiento ‘de autor’: emprendedores desconocidos, gente que pelea por levantar un proyecto de la nada.

7. Si es así, ¿cuándo se creó? ¿Qué les motivó a crearla?

Se crea por la demanda, se ve algo nuevo y se crea la sección.

8. ¿Han detectado en los últimos años mayor interés de sus lectores por este tipo de informaciones?

Más o menos, el mismo tipo de interés. No analizamos si una temática tiene más interés que otra. Pero sí que despiertan interés, cuando se cuentan cosas nuevas. Informes, estudios, jornadas, en las que se habla del emprendimiento de forma diferente.

9. ¿Cuenta con periodistas especializados en emprendimiento?

No contamos con periodistas especializados en emprendimiento como tal. Nos hemos especializado con el paso del tiempo. Al final, todos entendemos de qué va el tema, y podemos hacer una visión general.

10. ¿Percibe que la mayoría de las noticias que se cuentan sobre emprendimiento son positivas?

A nivel particular, se tiende demasiado al optimismo al hablar de emprendimiento. Los datos que existen sobre cuántas *startups* sobreviven, cuántas buenas ideas no llegan a buen término, etcétera. son demoledores. No hay tanta demanda para las buenas ideas. Existen muchas jornadas en las que se habla del emprendimiento en la edad joven o mayor...se entiende emprendimiento como un ‘parche’ a la precariedad económica/laboral, el emprendimiento se ha erigido como solución que vale para todo. Desde los medios de comunicación debemos ofrecer a los lectores que esto no es jauja...al final no hay que dar tanto optimismo.

11. Cuando se publican noticias relacionadas con nuevas empresas o proyectos de emprendimiento, ¿Se da seguimiento a estos proyectos de emprendimiento?

En nuestro caso no hay ninguna norma, se les da seguimiento a proyectos solo cuando la actualidad lo demanda. Salvo casos excepcionales, no hay seguimiento. Quizás si que se hace más seguimiento a gente que se hace un nombre en el ecosistema emprendedor como los responsables de Pompeii, Hawkers, etcétera. A estos sí que les hacemos seguimiento, más a los emprendedores, que no al propio proyecto.

12. ¿Se plantean reportajes y entrevistas de esta área?

Se dan más reportajes que entrevistas.

13. ¿Considera que la información que se realiza sobre emprendimiento es más elaborada, igual de elaborada o menos elaborada que el resto?

Igual de elaborada, se busca que todo esté bien para publicar.

14. Política de fomento del emprendimiento

La línea editorial es apoyar el emprendimiento como generador de empleo, sale eventualmente un suplemento que trata estos temas y a nivel periódico, repartimos premios que salen de la Universidad, acuerdos de universidades con empresa.

11

CONCLUSIONES

11. Conclusiones

11.1 Conclusiones generales

La relación entre los medios y emprendimiento se analiza en esta investigación no desde el punto de vista de la industria de los medios (Hang, 2007), sino de cómo los medios económicos abordan el fenómeno emprendedor. No hay muchos estudios centrados en la cobertura de los medios en el ámbito empresarial. Hindle y Klyver (2007) exploraron la influencia de los medios de comunicación a través de la cultura nacional en la participación empresarial nacional calificada mediante el estudio Global Entrepreneurship Monitor durante cuatro años.

Aunque reconocieron que las comunicaciones de los medios masivos son un factor de gran influencia en una amplia gama de actitudes y comportamientos de las personas (Macnamara, 2003; McDonald, 2004), decidieron estudiar su relación indirectamente en lugar de analizar los contenidos de los medios tal y como se hace en esta tesis.

Este trabajo doctoral pretende demostrar la existencia de una burbuja informativa en torno al fenómeno emprendedor que comienza en el año 2012 y termina en 2018. En ese periodo, el punto álgido de la burbuja es el año 2013, cuando se recuperan 125 informaciones, y el año 2018, junto a 2011, los ejercicios ubicados en el extremo del análisis son los años en los que menor cantidad de informaciones se recuperan.

A partir del análisis realizado, los hechos que demuestran que ha existido esta burbuja son:

1. Tal y como se señalaba en la Hipótesis Secundaria 4 (en adelante, HS 4), existe un aumento del número de informaciones que hablan de emprendimiento, tal y como se observa en la tabla 6: del año 2010 al 2013 el incremento de informaciones es exponencial: 125%, cayendo un 12,8% en 2014 y un 1,83% en 2015 para seguir la senda de descenso en 2016 hasta un 10,28% y, por último, repuntar en 2017 un 44,79% para volver a caer en 2018 un 76,26%.

2. Los medios de comunicación analizados, en general, tratan de forma positiva el hecho de emprender, planteado en las hipótesis secundarias 1 y 2 (HS 1 y HS 2): esto se demuestra porque se cuentan mayoritariamente historias de éxito y favorables a los

emprendedores y al emprendimiento. Así, el 92% de los ítems registrados cuenta con tratamiento ‘positivo’ y tan solo se recoge un 4% de informaciones de las 708 con un tratamiento ‘negativo’ del fenómeno emprendedor.

3. El número de ‘casos de éxito’ de emprendedores que se difunden es de uno sobre cuatro (24,68%) ítems registrados, mientras que el número de fracasos es muy reducido, alcanzando el 2,68% de los ítems analizados. Este dato, unido a la explicación que hacen los diferentes responsables de los medios de comunicación, revela que existía la consigna de dar esperanza ante la situación de crisis, refleja que existe una intencionalidad por parte de los responsables de medios de ofrecer una percepción muy optimista del fenómeno emprendedor.

4. Acorde con la HS 3, no existe un seguimiento de las historias de emprendedores que se relatan. Considerando que solo una de cada diez *startups* sobrevive al cabo de los tres años, no es correlativo con el tratamiento. Así, los medios de comunicación apenas realizan seguimiento de las historias contadas.

5. Del mismo modo, también avanzado en la HS 3, se observa que no se profundiza en las informaciones: el 81,7% de las unidades de registro analizadas son ‘noticia’, el género que menor análisis requiere, y cuyo valor máximo es la difusión. Solo un 4,8% de los resultados son ‘reportajes,’ donde el análisis es más importante. El 41% de las unidades de registro analizadas corresponden a la sección España y solo el 21% a alguna sección propia de emprendedores. La extensión de las informaciones demuestra que no se profundiza en los temas elegidos como noticia al no superar, en el 52% de las informaciones, las 600 palabras.

6. Del mismo modo, otro dato muy relevante que demuestra la falta de profundización en los contenidos es que casi el 57% de los ítems de registros tienen como autor a una agencia de noticias. De estos registros, 343 son de Europa Press, 41 de la Agencia EFE y 18 corresponden a Servimedia. Es decir, se observa que en más de la mitad de las informaciones recuperadas apenas existe elaboración por parte del medio de comunicación en cuestión.

7. La rapidez que exige el medio Internet provoca que los redactores publiquen los teletipos sin apenas edición, sin contrastar fuentes y dando la credibilidad a la agencia.

Este dato se extrae fundamentalmente de las prácticas de *eleconomista.es*, que es el medio por excelencia en el uso de agencia de noticias como autor/fuente, con el 66,6% de las informaciones procedentes de agencia. En el caso de *expansion.com*, el 35,3% de las informaciones tienen atribuido el autor ‘agencia’, y *cincodias.es* es el medio que menos recurre a las agencias de información: aparece solo una información de este tipo.

8. Por el contrario, *expansion.com* es el medio que trata en mayor profundidad el emprendimiento con la norma de no publicar informaciones de emprendedores de forma individual, sino dentro de un reportaje. A pesar de los diferentes responsables de los medios confirman que se crearon secciones *ad hoc* para el tratamiento de la información de emprendedores, la realidad es que muchas informaciones se observan en las diferentes secciones de cada medio.

9. Respecto al tratamiento que hacen los medios de la información, como se intuía en la HS 5, no es similar en el caso de los tres analizados: *cincodias.es*, *eleconomista.es* y *expansion.com*. En general *eleconomista.es* es el medio, con gran diferencia, que mayor cantidad de unidades de registro de las analizadas recoge (80%) pero el que menos trabaja los ítems analizados, dado que, como se ha reflejado anteriormente, su fuente de información y autor principal son las agencias de información.

10. Así, se ha registrado que ninguno de los ítems analizados perteneciente a este medio incluye gráficos de apoyo, solo cuenta con imágenes en el 25,4% de las informaciones analizadas, por lo que se ratifica aquí la escasa profundización de los ítems analizados correspondientes a este medio. En el lado opuesto, se encuentran *cincodias.es* y *expansion.com*, con una menor cantidad de informaciones registradas.

Así, mientras al primero de ellos se le atribuye el 11% de las informaciones, al segundo, a *expansion.com*, le corresponden el 9%. Sin embargo, el tratamiento que ambos medios de comunicación hacen de las informaciones difiere del de *eleconomista.es* en cuanto a la profundidad.

De esta forma, se observa que el 15% de los ítems analizados en *cincodias.es* son reportajes y el 17% en el caso de *expansion.com*, frente al 3% de reportajes recogidos en *eleconomista.es*. Este dato, junto a la cantidad de ítems firmados como ‘agencia de noticias’, revela el tratamiento dispar que hacen los diferentes medios, observando que

son *cinco dias.es* y *expansion.com* los que mayor profundidad de tratamiento otorgan a las informaciones, pero menos cantidad.

11. En general, los redactores y autores no están especializados en el ámbito emprendedor, tal y como reconocen los propios responsables de los medios y apunta este trabajo doctoral en la HS 6, las plantillas de estos no están formados por periodistas especializados, sino que es la práctica y la avidez de cada redactor lo que los especializa un poco, tal y como reconoce Pablo Sempere, redactor de la sección de ‘Directivos’ de Cinco Días: “No contamos con periodistas especializados en emprendimiento como tal, nos hemos especializado con el paso del tiempo” (Sempere, 2019). Por su parte, los artículos de *expansion.com* sí que cuentan con los mismos redactores que escriben de los temas, por lo que están más especializados.

12. A partir de 2018, se puede observar que comienza el ‘pinchazo’ de la burbuja informativa, donde los medios reducen la cantidad de informaciones encontradas, y su volumen total en el análisis realizado alcanza los 33 resultados, la cifra más baja de todo el periodo. Este aspecto se obtiene a partir de la HS 7.

11.2 Líneas futuras de investigación

A partir de 2019, es preciso seguir investigando qué ocurre con el tratamiento que llevan a cabo los medios de comunicación sobre el fenómeno emprendedor. Acotado el periodo en el que este trabajo doctoral analiza y acota la burbuja informativa del fenómeno emprendedor, es necesario seguir analizando en el futuro cómo evoluciona y si finalmente la burbuja pincha del todo.

Por otra parte, este trabajo se ha centrado en los medios de comunicación especializados españoles, por lo que una futura línea de investigación es trasladar el análisis a los entornos de otros países en los que dicho fenómeno también ha tenido un desarrollo importante en los últimos años.

Por ejemplo, analizar el caso de Estados Unidos como predecesor del fenómeno emprendedor, a partir de la aparición de Silicon Valley, cuna del emprendimiento (Keney, 2000), y ver qué traslación y relación tiene con la evolución del emprendimiento en Europa, si hay o ha habido burbuja informativa, y cómo ha influido en el desarrollo del

sector. Además, se puede profundizar en la comparativa que se dé entre Europa, Estados Unidos y España respecto a la creación de una burbuja informativa y su pinchazo.

Del mismo modo, otra línea de investigación de esta misma burbuja informativa es ver si podría producirse este mismo fenómeno en Latinoamérica, con su desarrollo actual del emprendimiento.

Además, el concepto de burbuja informativa puede aplicarse a otros fenómenos económicos acontecidos para analizar el papel de los medios de comunicación en su concepción del fenómeno en cuestión y en ver si han contribuido a crear una burbuja informativa.

12 RECOMENDACIONES PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

12. Recomendaciones para los medios de comunicación

Los medios de comunicación juegan un papel relevante en la creación de opinión entre los ciudadanos. A pesar de la aparición de las redes sociales y otros canales de comunicación, los ciudadanos que desean informarse recurren a los medios de comunicación, especialmente a la prensa digital.

De este modo, es muy importante que estos medios trasladen al ciudadano una visión lo más realista posible de cada situación. En el caso del fenómeno emprendedor, y como se ha visto a lo largo de todo el trabajo doctoral, esta visión que se ha trasladado ha estado influida por una percepción muy optimista del hecho de emprender.

La responsabilidad y código ético del periodista económico es otro de los aspectos relevantes que se establecen como recomendación a los responsables de los medios de comunicación económicos para el tratamiento de una tipología de información como la del ecosistema emprendedor. Los códigos deontológicos recogen de forma genérica los deberes éticos que deben respetar los periodistas (Apie, 2019), y sería necesario, a partir de este trabajo doctoral, revisarlos y ampliarlos, de forma que se pueda evitar de nuevo que los medios de comunicación contribuyan a la creación de una burbuja informativa relacionada con algún fenómeno económico.

Respecto a la información elaborada por los periodistas, ésta se entiende como “bien social y no como producto, lo que significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida y es, por lo tanto, responsable, no solamente ante quienes controlan los medios, sino principalmente ante el público, incluyendo variados intereses sociales. La responsabilidad social del periodista requiere que él o ella actúen, bajo todas las circunstancias, en conformidad con los principios de la ética profesional” (Unesco, 1983).

A partir del análisis y la obtención de conclusiones de este trabajo doctoral, es el momento adecuado para poder hacer una serie de recomendaciones a los medios de comunicación para que puedan mejorar su forma de crear contenido relativo, en este caso, el fenómeno emprendedor y por ende, contribuir a su responsabilidad social al ser los mediadores

necesarios entre los acontecimientos y los receptores. La responsabilidad y deontología que deben tener en cuenta los medios de comunicación es inherente a su papel en la sociedad.

En primer lugar, es necesario que cuenten con periodistas especializados en emprendimiento. La especialización permite al redactor conocer en profundidad el sector en cuestión y tratar con mayor autoridad los temas. Además, ayudará a los redactores especializados en emprendimiento a conocer mejor las fuentes autorizadas del sector, recurriendo en cada caso a las más pertinentes.

Esta especialización podrá permitir a los redactores hacer seguimiento de los temas a tratar, lo que ayudará que los proyectos iniciados tengan un mayor grado de seguimiento y, por tanto, de realidad en su evolución trasladada a través de noticias a los medios de comunicación.

Del mismo modo, la especialización del periodista debe llevarle a realizar un tratamiento más profundo de cada tema, virando el género de las informaciones tratadas de ‘noticias’ a ‘reportajes’, sobre todo, teniendo en cuenta la complejidad del fenómeno.

Otra de las recomendaciones extraídas del análisis de los ítems hace referencia a cuándo debe comunicarse un proyecto. En este caso, el proyecto debería contar, como mínimo, con dos años de funcionamiento, atendiendo a la estadística de que solo sobreviven uno de cada tres proyectos emprendedores pasados los tres años.

Del mismo modo, es importante que los medios de comunicación pongan el foco en los procesos que llevan a los ciudadanos a emprender, en las dificultades y sean realistas y recuerden qué posibilidades de éxito y fracaso existen. Asimismo, se recomienda a los medios que pongan el foco en contar los casos de fracaso, equiparando la realidad al relato periodístico, analizando las causas de éxitos y fracasos.

De forma paralela, se recomienda revisar los contenidos publicados en secciones editadas por colaboradores, como ‘El Blog del Emprendedor’ de Óscar Sánchez, publicado durante los años analizados en *eleconomista.es* y que dan una visión distorsionada de la realidad del fenómeno emprendedor, con mayor presencia en sus contenidos de información en positivo y mayor uso de fuentes personales.

Como última recomendación, es interesante proponer la creación de un Máster en Comunicación de Emprendimiento, que permita a los redactores formarse y especializarse en esta temática, para que el tratamiento realizado sea más profesional.

Con todas estas medidas que se proponen, la creación de una burbuja informativa es mucho más difícil en el ámbito del emprendimiento, dotando de realidad a la situación del emprendimiento en España.

13. Bibliografía

- Acs, Z.J. & Audretsch, D.B. (1990). *Innovation and Small Firms*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Aguilar, J. (2017). *Bitcoin, entre el valor refugio y una burbuja a punto de estallar*. Recuperado de <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=Bitcoin,+entre+el+valor+refugio+y+una+burbuja+a+punto+de+estallar&ie=UTF-8&oe=UTF-8>
- Ahmed, P.K. (1998). *Culture and climate for innovation*. European Journal of Innovation.
- Aldrich, H.E. y Yang, T. (2012). *Lost in translation: cultural codes are not blueprints*. Strategic Entrepreneurship Journal, 6, (pp.1-17).
- Alvarez, S.A. & Busenitz, L.W. (2001). *The entrepreneurship of resource-based theory*. Journal of Management, 27, (pp.755-775).
- APD (2013). *Los diarios económicos, otro sector muy afectado por la crisis: venden 366.000 ejemplares menos*. Recuperado de <https://www.apmadrid.es/los-diarios-economicos-otro-sector-muy-afectado-por-la-crisis-venden-366000-ejemplares-menos/>
- APIE (2019) *Código ético de la Asociación de Periodistas de Información Económica*. Recuperado de <https://www.apie.es/codigo-etico/>
- Arora, A., Fosfuri, A. and Gambardella, A. (2002). *Markets for Technology: The Economics of Innovation and Corporate Strategy*. Cambridge: MIT Press, , MA. Management, Vol. 1 No. 1, (pp. 30-43).
- Banco de España. (2005). *Indicadores del mercado de la vivienda*. Recuperado de <https://web.archive.org/web/20051105040251/http://www.bde.es/infoest/s15-nm.pdf>

- Barringer, B.R. & Bluedorn, A.C. (1999). *The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management*. Strategic Management Journal, 20. (pp. 421-444).
- Bassets, L. (2012). *Medios de comunicación: esta crisis también es nuestra*. Logroño: Mediterráneo Económico, 18. (pp. 249-259).
- Bellod Redondo, J.F. (2011). *Detección de burbujas inmobiliarias: el caso español*, en Contribuciones a la Economía.
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., & Welch, I. (1992). *A theory of fads, fashion, custom, and cultural change as informational cascades*. Journal of political Economy (pp. 992-1026).
- Blanco Leal, M. d. M. (2008). *Modelos de análisis para el estudio crítico de la prensa*. Madrid: Yumelia Textos.
- Caird, S. (1988). *A Review of Methods of Measuring Enterprising Attributes*. Durham: Durham University Business School.
- Cañigral, M. (2005). *La nueva estructura de la noticia en Internet*. Recuperado de <https://www.redseosocial.es/la-nueva-estructura-de-la-noticia-en-internet/>
- Carmona, C. S. V., & de Flores, S. R. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. Laurus, (pp.249-262).
- Casson, M. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Cervera Conte, I. (2014). *Las burbujas en la crisis financiera*. Revista Icade. Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Num. 91. (pp. 31-58).
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: politics and power*. Oxford University Press.

- Chihu Amparán, A. (2012). *La teoría del framing: un paradigma interdisciplinario*. Acta Sociológica, num. 59. (pp. 77-80).
- Chomsky, N. (1992). *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*. Madrid: Libertarias/Prodhufo.
- Chomsky, N. (1992). *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*. Madrid: Libertarias/Prodhufo.
- Chomsky, N. y Herman, E. (1990). *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Cinco Días (2003). *La SEC critica el papel de la prensa durante la burbuja tecnológica*. Recuperado de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2003/06/07/mercados/1055228415_850215.html
- Cohen, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton University press.
- Connolly Ahern, C., Ahern, L. A., y Sevick Bortree, D. (2009). *The Effectiveness of Stratified Constructed Sampling for Content Analysis of Electronic News Source Archives: AP Newswire, Business Wire, and PR Newswire*. J&MC Quarterly, (86)4, (862-883).
- Cornwall, R.J. and Perlman, B. (1990). *Organizational Entrepreneurship*, Boston: Irwin.
- Cuadrado, L. A. H. (1994). *Comunicación y lenguaje en el periodismo escrito*. Didáctica. Lengua y Literatura. Num. 6. (pp. 145-160).
- De la Serna, V. (2017). *La era de la burbuja informativa*. <https://www.elmundo.es/television/2017/03/06/58bdb180e2704ea73e8b4627.html>
- Denzin, N. K., y Lincoln, Y. S. (1998). *The landscape of qualitative research*. New Delhi: Sage Publications.

Documento BOE-A-1946-2453. (s.f.). Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1946-2453>.

Documento BOE-A-2013-10074. (s.f.). Recuperado de <https://www.boe.es>

Dosier de prensa Resultados 5ª Encuesta Social Europea. Recuperado de https://www.upf.edu/ess/_pdf/prensa/Dosier_de_prensa_version_final.pdf

Drucker, P.F. (1994). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. London: Heinemann.

Eckhardt, J.T. & Shane, S.A. (2003). *Opportunities and entrepreneurship*. Journal of Management, 29. (pp. 333-349).

El Economista (2015). “*Existe una burbuja de startups, se crean 3,1 millones de empresas en el mundo al mes*”. Recuperado de <https://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7022362/09/15/Existe-una-burbuja-de-startups-se-crean-31-millones-de-empresas-en-el-mundo-al-mes.html>

El Mundo. (2008). *El crash de 2008*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/especiales/2008/10/economia/crisis2008/espana/>

El País (2010). *Los gráficos como apoyo a un reportaje*. Recuperado de https://elpais.com/sociedad/2010/02/01/actualidad/1264978817_850215.html

El País (2017). *El País Economía, la mayor oferta de información económica en español*. Recuperado de https://elpais.com/economia/2017/03/31/actualidad/1490982672_634577.html

Entman, R. (1993). *Framing: toward clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication, 43 (3). (pp. 51-58).

Ernst&Young. (2016). *El lado positivo de la disrupción*. Recuperado de http://brands.elconfidencial.com/empresas/2016-06-23/disrupcion-ey-megatrends-empresas_1221159/

- Escribano, M. y Quintanilla, M. Á. (2005). *La biotecnología y los medios de comunicación en España*. Revista CTS (pp. 21-39).
- Europa Press. (2016). *La confianza de los españoles en la política, en su nivel "más bajo" de la última década*. Recuperado de <http://www.europapress.es/nacional/noticia-confianza-espanoles-politica-nivel-mas-ultima-decada-20140114124949.html>
- Expansión (2008). *Expansión mejora sus contenidos*. Recuperado de <http://www.expansion.com/2008/12/15/empresas/medios/1229336192.html>
- Expansión (2018). *Más mujeres y nuevos sectores: así ha cambiado el perfil del autónomo*. Recuperado de <https://www.expansion.com/economia/2018/08/27/5b83d2ed46163f2e148b45e2.html>
- Expansion.com (2006). *Breve historia de un éxito*. Recuperado de <https://www.expansion.com/especiales/20aniversario/introduccion/historia.html>
- Fernández del Moral, J. (2004). *Periodismo especializado*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Fernández Parrat, S. (2001). *El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación* en ZER num. 11. UPV.
- Fernández-Laviada, A. (2015). *Global Entrepreneurship Management* (Informe España 2014). Recuperado de http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/04/GEM_es_2014.pdf
- Fernández-Laviada, A. (2016). *Global Entrepreneurship Management* (Informe España 2015). Recuperado de <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/Informe-GEM-2015-esafp.pdf>
- Gaddefors, J. and Anderson, A.R. (2017). *Entrepreneursheep and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs*, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 23 Issue: 2. (pp. 267-278).

- García-Montalvo, J. (2006). *Deconstruyendo la burbuja: expectativas de revalorización y precio de la vivienda en España*. Papeles de economía española. Nº109. (pp. 44-75).
- García, J. y González Arbués, E. (2017). *La burbuja emprendedora*. Madrid: Empresa Activa: Gestión del conocimiento.
- Garland, J.W., Hoy, F., Boulton, W.R. and Garand, J.C. (1984). *Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualisation*, Academy of Management Review, Vol. 9 No. 2. (pp. 354-359).
- Gerbner, G., y Gross, L. (1976). *Living with Television: The Violence Profile*. Journal of Communication 26 (pp. 173-199).
- Gerbner, G., y Gross, L. (1979). *Editorial Response. A Reply to Newcomb's 'Humanistic Critique'* Communication Research 6 (pp. 223-230).
- Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M.; y Signorelli, N. (1980). *A Curious Journey into the Scary World of Paul Hirsch* Communication Research (pp. 39- 72).
- Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M.; y Signorelli, N. (1981). *Final Reply to Hirsch*. Communication Research (pp. 259-280)
- Gerbner, G. (1998) *Cultivation Analysis: An overview*. Mass Communication & Society (pp. 175-194).
- Giner Peyra, J. (2013). *Cambio del perfil del emprendedor a causa de la crisis* | UNIR EMPRENDE – La Universidad que apoya a los emprendedores. Recuperado de <http://emprende.unir.net/blog/cambio-del-perfil-del-emprendedor-a-causa-de-la-crisis/index.html>
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Boston: Northeastern University Press.
- Goffman. E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. CIS.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.

- Grau Moracho, J. y Guallar, J. (2004). *My News, la hemeroteca digital de la prensa española*. El Profesional de la Información. Vol. 13. num. 2. (pp. 107-117).
- Grupp, H. (2001). *Managing New Product Development and Innovation: A Microeconomic Toolbox*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Güemes, J. J. (2011). *Global Entrepreneurship Management*. (Informe GEM España 2010). Recuperado de <http://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>
- Guía de Medios. (2018). Recuperado de <http://www.guiademediosdigital.com>
- Gutiérrez-Solana, F. (2017). *Global Entrepreneurship Management* (Informe España 2016). Recuperado de <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/InformeGEM2016-1.pdf>
- Gutiérrez-Solana, F. (2018). *Global Entrepreneurship Management* (Informe España 2017-2018). Recuperado de <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2018/04/Informe-GEM-2017-18.pdf>
- Hang M. and Van Weezel A. (2007). *Media and Entrepreneurship: What Do We Know and Where Should We Go?* Journal of Media Business Studies, 4:1 (pp. 51-70).
- Hallin, D. C., y Mancini, P. (2004). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Cambridge University Press.
- Herbig, P., Golden, E.J. and Dunphy, A. (1994). *The relationship of structure to entrepreneurial and innovative success*, Marketing Intelligence & Planning, Vol. 12. Num. 9. (pp. 37-48).
- Hernández, R. (2012). *Global Entrepreneurship Management* (Informe GEM España 2011). Recuperado de <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2018/04/GEM2011.pdf>
- Hernández, R. (2013). *Global Entrepreneurship Management* (Informe GEM 2012). Recuperado de <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/Informes%202012/GEM2012.pdf>

- Hernández, R. (2014). *Global Entrepreneurship Management* (Informe España 2013). Recuperado de <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/Informes%202013/GEM2013.pdf>
- Hester, J. B., y Dougall, E. (2007). *The Efficiency of Constructed Week Sampling for Content Analysis of Online News*. *J&MC Quarterly*, 84(4). (pp. 811-824).
- Hindle, K., & Klyver, K. (2007). *Exploring the relationship between media coverage and participation in entrepreneurship: Initial global evidence and research implications*. *International entrepreneurship and management journal*. (pp. 217-242).
- Holcombe, R. (1998). *Entrepreneurship and Economic Growth (The Quarterly Journal of Austrian Economics, 1)*. (pp. 45-62).
- Illueca, M. (2014). *Medios de comunicación y crisis financiera: ¿por qué nadie nos avisó?* Cuadernos de Periodistas. Recuperado de <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/medios-de-comunicacion-y-crisis-financiera-por-que-nadie-nos-aviso/>
- Industrial and Commercial Training, Vol. 33 No. 4. (pp. 135-40).
- INE (2019). *Estadísticas de desempleo en España (2008-2018)*. Recuperado de <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=982&capsel=985>
- Infoautonomos.com. (2011). *Emprender, ¿por necesidad o por oportunidad?* Recuperado de <http://infoautonomos.eleconomista.es/blog/emprender-%C2%BFpor-necesidad-o-por-oportunidad/>
- Invertia.com (2018) *Recesión o depresión... ¿cómo es de profunda la crisis española?* Recuperado de <https://www.invertia.com/es/-/recesion-o-depresion-como-es-de-profunda-la-crisis-espanola->
- J. Fernández y Esteve, F. (1993). *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid: Síntesis.

- Johnson, D. (2001), *What is innovation and entrepreneurship? Lessons for large organizations*. Industrial and commercial training. 33 (4). (pp. 135-140).
- Kanungo, R.N. (Ed.) (1999). *Entrepreneurship and Innovation: Models for Development*. Sage Publications, London.
- Kenney, M. (2000). *Understanding Silicon Valley: The anatomy of an entrepreneurial region*. Stanford University Press.
- Kihlstrom, R.E. & Laffont, J.J. (1979). *General equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion*. Journal of Political Economy, 87. (pp. 719-748).
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- La tasa de actividad emprendedora crece un 5,7% en España en 2015, pero sigue lejos de la media europea*. (2018). Recuperado de https://www.abc.es/economia/abci-tasa-actividad-emprendedora-crece-57-por-ciento-espana-2015-pero-sigue-lejos-media-europea-201602091317_noticia.html
- Lahart, J. (2008). *Bernanke's Bubble Laboratory* recuperado de <https://www.wsj.com/articles/SB121089412378097011>
- Legge, J. and Hindle, K. (1997). *Entrepreneurship: How Innovators Create the Future*. Melbourne: Macmillan Publishers.
- Lewin, K. (1947). *Frontiers in Group Dynamics: II. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research*. Recuperado de <http://www.sagepub.com/mertler2study/articles/Lewin.pdf>
- Littunen, H. (2000). *Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality*. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 6 No. 6. (pp. 295-309).

- Llorca Abad, G. (2007). *Globalización, cronopolítica y propaganda de guerra: aproximación al pensamiento crítico de Paul Virilio*. Recuperada de <https://www.educacion.es/teseo/mostrarRef.do?ref=410916>
- Loo Vázquez, J. R., Gámez Paz, D., Lamarque Vega, E., Domínguez Quevedo, L., & Haber Guerra, Y. (2015). *Del Gatekeeper al Content Curator: cambiar algo para que no cambie nada*. *Razón y Palabra*, 19(92).
- Lopera Pareja, E. (2013). *La comunicación social de la ciencia del clima en la prensa española: texto y contexto*. Recuperada de <https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarRef.do?ref=1027485>
- López Menacho, J. (2019). *La farsa de las startups*. Colección Mayor, Ed. Catarata.
- Macnamara, J. R. (2003). *Mass Media Effects A Review of 50 Years of Media Effects Research*.
- Madrid, A., y Hierro, L. A. (2015). *Burbujas especulativas: El estado de una cuestión poco estudiada*. *Cuadernos de Economía*, (pp. 123-138).
- Mandel, M. (2001). *La depresión de Internet*. Madrid: Pearson Educación.
- Manning White, D. (1950). *The Gatekeeper? A Case Study in the Selection of News*. *Journalism Quarterly*. Minneapolis.
- Martí Sánchez, M. (2010). *La telebasura como fenómeno periodístico y social: análisis del tratamiento informativo en 'El País' y en 'El mundo' (1993-2006)*. Recuperada de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do>
- Martín Vivaldi, G. (1998). *Generos periodísticos*. Madrid: Arco.
- Martín, A., y Merino, R. (2016). *Los precios de la vivienda y la burbuja inmobiliaria en España*. Recuperado de <https://www.juandemariana.org/investigacion/archivo-de-publicaciones/los-precios-de-la-vivienda-y-la-burbuja-inmobiliaria-en>

- Martin, E.C. and Terblanche, F. (2003). *Building organizational culture that stimulates creativity and innovation*, European Journal of Innovation Management, Vol. 6 No. 1, pp. 64-74.
- Martin, M. (1994). *Managing Innovation and Entrepreneurship in Technology-Based Companies*. New York: John Wiley & Sons.
- Martínez Albertos, J. L. (2002). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Thomson Paraninfo, S.A. (5a edición)
- Martínez Albertos, J.L. (1991). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Martínez, J. (2015). *El estallido de la burbuja de cierre sobre las startups españolas*. El Confidencial. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2015-03-17/startups-burbuja-espana_729212/
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- McCOMBS, M. (1996). *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo* En BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (1996), (v.o. 1994) Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías, Paidós, Barcelona. (pp. 13-34).
- McCombs, M., y Shaw, D. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. The Public Opinion Quarterly.
- McDonald, D. G. (2004). *Twentieth-century media effects research*. In J. D. H. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger, & E. Wartella (Eds.), *The Sage handbook of media studies* (pp. 183–200). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Merayo, M. D. M. C., & del CES, F. I. (2003). *La perspectiva cualitativa en la investigación social: la entrevista en profundidad*. *Enlaces: revista del CES Felipe II*, 1-8.
- Miller, D. (1983). *The correlates of entrepreneurship in three types of firms*, Management Science, Vol. 29 No. 7. (pp. 770-91).

- Minsky, Hyman. (2008). *Stabilizing an unstable economy*. McGraw-Hill (First edition published in 1986 by Yale University Press).
- Moreno Castro, C. (2001). *La biotecnología en la prensa diaria (1988-1998): análisis y tendencias*. Tesis doctoral de la Universidad Complutense, Madrid.
- Morillas, J. (2017). *El Economista en la era digital. Hacia el bicentenario. El Economista. Más de 160 años de la economía de España*. Deusto. (pp. 215).
- Naredo, J.M. (2010). *El modelo inmobiliario español y sus consecuencias*. Comunicación en Urbanismo, democracia y mercado: una experiencia española (1970-2010). Paris: Université Paris 12 Val-de-Marne.
- Odriozola Chéné, J. (2012). *Análisis de contenido de los cybermedios generalistas españoles. Características y adscripción temática de las noticias principales de portada*. Comunicación y Sociedad, XXV(2), (pp. 279-304).
- OJD. (2018). Recuperado de <https://www.ojd.es>
- Ortega, F. (2006). *Periodismo sin información*. Madrid: Tecnos.
- Ortega, J.M. (2017). *El tratamiento del empleo de los trabajadores maduros por parte de los poderes públicos y de las políticas empresariales de Recursos Humanos*. Editorial Laborum.
- Páramo Morales, D. (2015). *La teoría fundamentada (Grounded Theory), metodología cualitativa de investigación científica. Pensamiento & Gestión*,. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762015000200001&lng=en&tlng=es.
- Pastor, Alfredo (1999). *Burbujas especulativas y crisis cambiarias: previsión, prevención y cura*. Ponencia presentada en el Centre de recerca en Economia Internacional, Jornadas sobre Nuevas Fronteras de la Política Económica.
- Pindyck, R.S. y Rubinfeld, D.L. (2013). *Microeconomics*. Pearson. (pp. 181).
- Piscitelli, A. (2001). *La generación Nasdaq*. Buenos Aires: Granica.

- Pointless Pain In Spain. (2012). Recuperado de <https://krugman.blogs.nytimes.com/2012/07/11/pointless-pain-in-spain/>
- PSOE (2008). Recuperado de <http://web.psoe.es/ambito/saladeprensa/docs/index.do?action=view&id=176123>
- Puche Gil, J. (2018). España 2008-2014. *De la “champions league” de las economías mundiales a la Gran Recesión*. Historia Actual Online. Num. 47 (pp. 134-148).
- Rankia (2012). *Ranking de las webs financieras más visitadas en España*. Recuperado de <https://www.rankia.com/rankia/ranking/>
- Reynolds, P.D. (2005). *Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies*. Small Business Economics, 24, (pp. 359-364).
- Riffe, D., Lacy, S. y Fico, F. (2005). *Analyzing media messages using quantitative content analysis in research*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Robledo, P. (2013). *Movimiento15M*. Movimiento15m.org. Recuperado de <http://www.movimiento15m.org>
- Rocha, F. (2018). Recuperado de <http://docpublicos.ccoo.es/cendoc/035344CrisisEconomicaEfectos.pdf>
- Romero, A. (2008). Los promotores aseguran que los pisos han bajado un 15% desde septiembre. *EL Pais*. Recuperado de https://elpais.com/economia/2008/05/22/actualidad/1211441577_850215.html#EnlaceComentarios
- Rubí, G. (2017). *Burbujas informativas*. Recuperado de <https://www.gutierrez-rubi.es/2017/05/22/burbujas-informativas/>
- Sancha, D. (2005). *El uso de la información de agencia en las ediciones electrónicas de diarios en España*. Athenea Digital - num. 8.

Sanmartí, J. M. (Ed.). (2003). *10 Lecciones de periodismo especializado*. Editorial Fragua.

Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*, (reproduced, New York (1961). Cambridge: Harvard University Press.

Sección prensa / Encuesta de Población Activa (EPA). (2018). Recuperado de https://www.ine.es/prensa/epa_tabla.html

Seguridad Social: Estadísticas. Recuperado de <http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/EstadisticasPresupuestosEstudios/Estadisticas/EST8/EST167>

Shane, S.A. & Venkataraman, S. (2000). *The promise of entrepreneurship as a field of re-search*. Academy of Management Review, 25. (pp. 217-226).

Sinentia (2015). “*No es una burbuja, es un nuevo modelo económico*” Entrevista a Mar Vidal, responsable de la aceleradora Conector. Recuperado de <https://www.sintetia.com/marc-vidal-no-es-una-burbuja-es-un-nuevo-modelo-economico-que-requiere-un-tipo-de-analisis-distinto/>

Slevin, D.P. and Covin, J.G. (1990). *Juggling entrepreneurial style and organizational structure: how to get your act together*, Sloan Management Review, Vol. 31 No. 2. (pp. 43-53).

Sorice, M. (2005). *I media. La prospettiva sociologica*. Roma: Carocci.

Sotelo, I. (2014). *España a la salida de la crisis*. Barcelona: Icaria Editorial.

Stevens, G A. & Burley, J. (1997). *3,000 Raw Ideas Equals Commercial Success!*, ResearchTechnology Management.

Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990). *A paradigm of entrepreneurship research: Entrepreneurial management*. Strategic Management Journal, 11. (pp. 17-27).

- Steward, W.H., Watson, W.E., Garland, J.C. and Garland, J.W. (1998). *A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers*. Journal of Business Venturing, Vol. 14 No. 2, (pp. 189-214).
- Stoneman, P. (1995). *Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change*. Oxford: Blackwell.
- Sundbo, J. (1998), *The Theory of Innovation: Entrepreneurs, Technology and Strategy*, Edward Elgar. Northampton, MA.
- Tushman, M.L. & Anderson, P. (1986). *Technological discontinuities and organizational environments*. Administrative Science Quarterly, 31, (pp. 439-465).
- Unesco (1983). *Código Internacional de Ética Periodística*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000060888?posInSet=5&queryId=97ff8fa3-9f0c-458b-aa62-1b9ba03ecd20>
- Van Dijk, T. (2002). *El análisis crítico del discurso y el pensamiento social*. Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social, (pp. 18-24).
- Verges, Ricardo (2008). *El ladrillo no es desarrollo*. Observatorio inmobiliario y de la construcción. (pp. 68).
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Madrid: Paidós Ediciones (pp. 163).
- Yanes Mesa, R. (2003). *La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 9-10. (pp. 239-272).
- Zhao F. (2005). *Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation*. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 11 No. 1, (pp. 25-41).

14. Anexos (tabla de datos analizados)

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPRENDEN- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
20/1/11	expansion.com	http://www.expansion.com/2011/01/20/emples/marcado-laboral/129548147.html	Emprender como franquiciado	Completo	Ángela Méndez	Emprendedores	Noticia	614	Positivo	1		Caso de éxito	NO	NO	NO	SI	NO
20/1/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blags/emprendedores/?p=1430	Emprender en arte como herramienta educativa	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	904	Positivo	13		Caso de éxito	NO	NO	NO	No	SI
28/1/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/2779672/02/11/Economia-EPA-ATA-denuncia-que-uno-de-cada-cuatro-nuevos-desocupados-en-2010-es-autonomo.html	Economía/EPA.- ATA denuncia que uno de cada cuatro nuevos desocupados en 2010 es autónomo	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	372	Neutro	1		Estudio	NO	NO	NO	SI	NO
25/3/11	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/2937647/03/11/La-Comunidad-fomenta-el-espiritu-emprendedor-entre-los-ninos-y-los-juvenes-a-traves-de-distintas-iniciativas-y-premios.html	La Comunidad fomenta el espíritu emprendedor entre los niños y los jóvenes a través de distintas iniciativas y premios	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	326	Positivo	20		Iniciativa pública	NO	NO	NO	SI	NO
10/4/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blags/emprendedores/?p=1876	Emprender, ¿quieres vender más?	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	370	Positivo	5		Caso de éxito	SI	NO	NO	no	NO
26/4/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blags/emprendedores/?p=1902	Soy emprendedor y he creado 35 puestos de trabajo	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	489	Positivo	12		Historia personal	No	No	No	No	SI
4/5/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blags/emprendedores/?p=1779	Pep Guardiola es emprendedor	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	326	Positivo	10		Historia personal	No	No	No	No	SI
20/5/11	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3085100/05/11/El-empleo-autonomo-extranjero-reputo-en-Cantabria-un-181-en-abril-por-segundo-mes-consecutivo.html	El empleo autónomo extranjero reputó en Cantabria un 1,81% en abril por segundo mes consecutivo	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	787	Positivo	0		Estudio	No	No	no	SI	NO
20/5/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blags/emprendedores/?p=2003	¿Soy de izquierdas, de derechas?. Soy emprendedor!	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	423	Negativo	5		Historia personal	No	No	No	SI	NO
13/6/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/3150917/06/11/COMUNICADO-Agentes-Brokers-preve-cerrar-mas-de-200-acuerdos-comerciales-en-el-Salon-del-Emprendedor.html	COMUNICADO: Agentes & Brokers prevé cerrar más de 200 acuerdos comerciales en el Salón del Emprendedor	Medio	Comunicado	Economía	Noticia	404	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
21/6/11	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3173740/06/11/Lanbide-aprueba-una-linea-de-ayudas-de-353-millones-de-euros-para-incentivar-el-empleo-autonomo-y-la-insercion-laboral.html	Lanbide aprueba una línea de ayudas de 35,3 millones de euros para incentivar el empleo autónomo y la inserción laboral	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	346	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
21/6/11	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3173590/06/11/UPTA-lamenta-el-distanciamiento-de-la-Junta-que-aprueba-la-Ley-del-Autonomo-sin-informar-a-asociaciones.html	UPTA lamenta el distanciamiento de la Junta, que aprueba la Ley del Autónomo sin informar a asociaciones	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	349	Negativo	0		Iniciativa pública	No	No	No	SI	NO
21/6/11	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3173413/06/11/Comienza-el-Campus-de-Verano-emprendedor-para-ayudar-a-todos-los-potenciales-emprendedores-de-la-region.html	Comienza el Campus de Verano emprendedor para ayudar a todos los potenciales emprendedores de la región	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	331	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	SI	NO
21/6/11	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3173434/06/11/Junta-aprueba-el-proyecto-de-Ley-de-Promocion-del-Trabajo-Autonomo.html	Junta aprueba el proyecto de Ley de Promoción del Trabajo Autónomo	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	718	Positivo	0		Normativa	No	No	NO	SI	NO
21/6/11	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3172845/06/11/Arenas-Una-justificacion-para-no-adelantar-las-elecciones-seria-aprobar-una-Ley-del-Trabajo-Autonomo-consensuada.html	Arenas: Una "justificación" para no adelantar las elecciones sería aprobar una Ley del Trabajo Autónomo "consensuada"	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	428	Positivo	1		Normativa	No	No	No	SI	NO

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPRENDI- NIUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
21/6/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/317266/06/11/Las-Becas-Emprendedor-Moderna-apoyan-la-creacion-de-36-empresas-y-favorecen-la-generacion-de-36-empleos.html	Las Becas Empleado Moderna apoyan la creación de 16 empresas y favorecen la generación de 36 empleos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	907	Positivo	11		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
21/6/11	cinco dias.com	https://cinco dias.es/pais.com/cinco dias/2011/06/21/emprendedores/130802356_850215.html	Empleza en Madrid el Campus de Verano del Emprendedor	Completo	Sin autor	Emprendedores	Noticia	360	Positivo	5		Iniciativa pública	No	NO	No	Si	No
29/6/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/315176/06/11/El-Gobierno-aprueba-una-nueva-partida-de-546000-euros-para-el-ticket-del-autonomo-y-el-inicio-de-actividad.html	El Gobierno aprueba una nueva partida de 546.000 euros para el ticket del autónomo y el inicio de actividad	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	189	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	No	Si	NO
29/6/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=2084	Oportunidad para emprender negocio con Loquo	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	543	Positivo	4		Caso de éxito	NO	NO	NO	Si	Si
29/6/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/3170704/07/11/La-Camara-ofrece-en-otono-un-curso-de-150-horas-lectivas-dirigido-a-la-formacion-integral-del-emprendedor.html	La Cámara ofrece en otoño un curso de 150 horas lectivas dirigido a la formación integral del emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	418	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
8/8/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/3251236/08/11/Educacion-lanza-unos-campamentos-de-verano-para-fomentar-el-caracter-emprendedor.html	Educación lanza unos campamentos de verano para fomentar el carácter emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	543	Positivo	5		Iniciativa pública	NO	NO	NO	Si	No
24/8/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/3175730/08/11/Madrid-el-ayuntamiento-y-la-autonoma-colaboran-para-fomentar-el-espiritu-emprendedor.html	Madrid, el ayuntamiento y la autónoma colaboran para fomentar el espíritu emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	256	Positivo	12		Iniciativa pública	No	NO	NO	Si	NO
24/8/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/325541/08/11/El-empleo-autonomo-extranjero-reporta-en-julio-un-0,36%por-la-hosteleria-y-las-mujeres-extracomunitarias.html	El empleo autónomo extranjero repunta en julio un 0,36% por la hostelería y las mujeres extracomunitarias	Completo	AGENCIAS	España	noticia	212	positivo	0		Estudio	No	NO	NO	Si	NO
1/9/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/3362075/09/11/Entrenados-para-emprender-diez-ideas-de-negocio-en-busca-de-inversor.html	Entrenados para emprender: diez ideas de negocio en busca de inversor	Completo	Pepa Montero	Emprendedores	Reportaje	564	Positivo	5		Caso de éxito	No	No	No	Si	Si
1/9/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=1928	Habemus proyecto emprendedor	Completo	Oscar Gomez	Blog	Opinión	307	Positivo	6		Caso de éxito	No	No	NO	No	No
1/9/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/3162138/06/11/A-la-generacion-perdida-hay-que-enseñarla-a-emprender.html	A la generación perdida hay que enseñarla a emprender	Completo	Imaol Labrador	Emprendedores	Entrevista	679	Positivo	12		Formación	Si	No	No	Si	No
17/9/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/3382150/09/11/La-vicepresidenta-del-Grupo-Piñero-dice-que-lo-mas-importante-para-un-emprendedor-es-la-ilusion-y-creer-en-su-proyecto.html	La vicepresidenta del Grupo Piñero dice que lo más importante para un emprendedor es la ilusión y creer en su proyecto	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	366	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
3/10/11	cinco dias.com	http://cinco dias.com/articulo/empresas/emprendedor-gallego-lanza-red-social-exclusiva-gymes-autonomos/20111003dcddcemp_7	Un emprendedor gallego lanza una red social exclusiva para pymes y autónomos	Completo	Marimar Jiménez	Empresas	Noticia	373	Positivo	1		Caso de éxito	No	NO	NO	No	Si
19/10/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/3462814/10/11/Extremadura-disfruta-de-una-red-para-el-emprendimiento-en-cuidados-y-salud.html	Extremadura disfruta de una red para el emprendimiento en cuidados y salud	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	288	Positivo	10		Caso de éxito	No	no	no	si	no
28/11/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/3566353/11/11/Campos-defiende-en-Bruselas-el-espiritu-emprendedor-de-los-jovenes-para-impulsar-el-desarrollo-economico.html	Campos defiende en Bruselas el espíritu emprendedor de los jóvenes para impulsar el desarrollo económico	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	549	Neutro	2		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
28/11/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=2387	¿Puede un emprendedor fracasar?	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	621	Positivo	11		Fracaso	No	No	No	NO	Si
28/11/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/3564085/11/11/Aranca-hoy-el-Encuentro-Internacional-de-Expertos-en-Emprendimiento-que-se-desarrollara-hasta-el-30.html	Aranca hoy el Encuentro Internacional de Expertos en Emprendimiento, que se desarrollará hasta el 30	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	213	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
14/12/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/3603776/12/11/La-Ley-de-Promocion-del-Trabajo-Autonomo-de-Andalucia-pionera-en-Espana.html	La Ley de Promoción del Trabajo Autónomo de Andalucía, pionera en España	Completo	AGENCIAS	Economía	Reportaje	1135	Positivo	0		Normativa	No	No	No	Si	No
14/12/11	eleconomista.es	http://codario.eleconomista.es/espana/noticias/3603740/12/11/UPTA-aplaura-la-aprobacion-de-la-Ley-del-Autonomo-y-pedra-que-se-desarrolle-con-caracter-inmediato.html	UPTA aplaude la aprobación de la Ley del Autónomo y pedirá que se desarrolle "con carácter inmediato"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	309	Positivo	0		Normativa	No	No	No	Si	No
14/12/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/3599461/12/11/El-69-de-los-espanoles-esta-a-favor-del-emprendimiento-segun-Amway.html	El 69% de los españoles está a favor de emprender, según Amway	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	285	Positivo	6		Estudio	Si	NO	NO	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
14/12/11	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3601880/12/11/Amor-resalta-que-la-Ley-Andaluza-de-Promocion-del-Trabajo-Autonomo-va-a-ser-una-ley-de-todos-gracias-a-ATA.html	Amor resalta que la Ley Andaluza de Promoción del Trabajo Autónomo va a ser una "ley de todos" gracias a ATA	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	549	Positivo	0		Normativa	No	No	No	Si	No
14/12/11	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2011/12/14/Empresas/1324033144_850215.html	La Comunidad Valenciana impulsará el emprendimiento con un decreto-ley	Completo	Agencias	Empresas	Noticia	220	Neutro	5		Normativa	No	No	No	Si	No
14/12/11	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/3600808/12/11/Tutor-de-empresa-et-que-da-la-mano-al-empresedor-para-que-el-negocio-funcione.html	¿Quién cuida al emprendedor para que el negocio funcione? Llegan los tutores de empresa	Completo	Ángel Caballero	Emprendedores	Reportaje	836	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
23/1/12	expansion.com	http://www.expansion.com/2012/01/23/pais-vasco/1327316164.html	"Internet es una oportunidad para emprender con baja inversión"	Completo	Sin autor	CCAA	Entrevista	1060	Positivo	2		Caso de éxito	No	NO	No	Si	No
8/2/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3731002/02/12/Ayuntamiento-lanza-la-campana-Crea-tu-empresa-para-impulsar-el-emprendimiento-y-crear-empleo.html	Ayuntamiento lanza la campaña "Crea tu empresa" para impulsar el emprendimiento y crear empleo	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	467	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
8/2/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/empresedores/?p=2594	Crea tu app y sé emprendedor	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	302	Positivo	4		Caso de éxito	No	No	No	No	No
8/2/11	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2012/02/08/economia/1328840612_850215.html	La Fundación Banesto premia al emprendedor más brillante de 2011	Completo	Cinco Días	Economía	Noticia	503	positivo	1		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
16/2/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3752827/02/12/ATA-remite-a-la-junta-tras-el-25M-su-propuesta-para-el-Plan-Estrategico-del-Trabajo-Autonomo.html	ATA-A remitirá a la Junta tras el 25M su propuesta para el Plan Estratégico del Trabajo Autónomo	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	237	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
16/2/12	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2012/02/11/economia/1328941260_850215.html	Jóvenes sin miedo a emprender también en la red	Completo	Cinco Días	Economía	Reportaje	1266	Positivo	16		Caso de éxito	No	Si	No	Si	Si
3/3/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/3793417/03/12/Cae-el-numero-de-personas-que-usan-el-paro-para-empresedor-una-actividad-como-autonomos.html	Cae el número de personas que usan el paro para emprender una actividad como autónomos	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	271	Negativo	2		Fracaso	No	No	No	Si	No
3/3/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3793237/03/12/Cantabria-una-de-las-cuatro-autonomias-donde-descendio-el-empleo-autonomo-el-mes-pasado.html	Cantabria, una de las cuatro autonomías donde descendió el empleo autónomo el mes pasado	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	681	Positivo	0		Estudio	No	No	No	Si	No
19/3/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3831723/03/12/El-Programa-Proempleo-se-centra-en-crear-un-campus-experimental-y-fomentar-el-emprendimiento.html	El Programa Proempleo se centra en crear un campus experimental y fomentar el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	669	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
19/3/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3831373/03/12/Esade-premia-a-un-joven-de-19-años-por-su-carrera-como-empresedor-desde-los-14.html	Esade premia a un joven de 19 años por su carrera como emprendedor desde los 14	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	122	Positivo	1		Caso de éxito	No	No	No	Si	Si
19/3/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/empresedores/?p=2745	El camino de nuevo emprendedor	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	569	Positivo	11		Historia Personal	Si	No	No	No	Si
27/3/17	eleconomista.es	https://www.eleconomista.es/valenciana/noticias/3850976/03/12/Isae-Enrique-Garcia-AIEV-Para-empresedor-sofo-hace-falta-una-buena-idea.html	José Enrique García (AIEV). "Para emprender lo que hace falta es una buena idea"	Completo	Javier Alfonso	CCAA	Entrevista	875	Positivo	10		Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
27/3/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/empresedores/?p=2794	Encuentra proyecto emprendedor a través de las redes sociales	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	367	Positivo	0		Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
27/3/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/3851379/03/12/Fortune-nombra-a-Steve-Jobs-el-mayor-empresedor-de-los-ultimos-años.html	Fortune nombra a Steve Jobs el mayor emprendedor de los últimos años	Completo	AGENCIAS	Tecnología	Noticia	379	Positivo	4		Caso de éxito	Si	Si	No	Si	Si
4/4/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3873770/04/12/El-Govern-y-La-Caixa-convoan-la-VI-Edicion-del-Premio-Empresedor-XXI-dotado-con-100000-euros.html	El Govern y La Caixa convocan la VI Edición del Premio Emprendedor XXI, dotado con 100.000 euros	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	484	Positivo	9		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
4/4/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3873734/04/12/Canarias-abre-el-plazo-para-optimar-el-Premio-Empresedor-XXI-en-el-archipiélago.html	Canarias abre el plazo para optar al Premio Emprendedor XXI en el archipiélago	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	545	Positivo	7		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
4/4/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3873651/04/12/Obra-Social-la-Caixa-selecciona-tres-proyectos-de-Madrid-en-la-1ª-edicion-del-Programa-de-Emprendimiento-Social.html	Obra Social 'la Caixa' selecciona tres proyectos de Madrid en la 1ª edición del Programa de Emprendimiento Social	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	427	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSION	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NIA/VECE)	Social	TIPOLOGIA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRAFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
12/4/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/3888509/04/12/Economia-Laboral-Espana-lidero-la-perdida-de-empleo-autonomo-en-Europa-en-2011-segun-ATA.html	España lideró la pérdida de empleo autónomo en Europa en 2011, según ATA	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	30	Negativo	0		Estudio	No	No	No	SI	No
20/4/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3911177/04/12/La-III-Edicion-de-Ninos-Emprendedores-premiara-mediante-un-concurso-la-originalidad-y-el-espiritu-emprendedor.html	La III Edición de 'Niños Emprendedores' premiará mediante un concurso la originalidad y el espíritu emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	349	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
28/4/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/3930569/04/12/Mas-pone-a-Guardiola-como-ejemplo-ante-empresarios-para-animarles-a-emprender.html	Más pone a Guardiola como ejemplo ante empresarios para animarles a emprender	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	274	Positivo	2		Caso de éxito	No	No	No	SI	SI
28/4/12	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2012/04/28/economia/1335590460_850215.html	Inversor extranjero busca emprendedor español global	Completo	MANUEL G. PASCUAL / PAZ	Economía	Reportaje	1277	Positivo	9		Caso de éxito	No	SI	No	SI	No
30/5/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4005230/05/12/Delegacion-y-Ejecutivo-autonomo-dan-los-primeros-pasos-para-constituir-la-Junta-de-Seguridad-de-Aragon.html	Delegación y Ejecutivo autónomo dan los primeros pasos para constituir la Junta de Seguridad de Aragón	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	633	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	No	SI	NO
7/6/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/valenciana/noticias/4020286/06/12/AMPL-Manuel-Arellano-Juan-Luis-Ramos-Jose-Capmany-Jesus-Egido-Nazario-Martin-y-Noriei-Favor-nuevos-Rey-Jaime-1.html	Manuel Arellano, premio Rey Jaime I de Economía, y Norieí Pavón, de Empleado	Completo	AGENCIAS	CAA	Noticia	1065	Positivo	2		Historia personal	No	No	No	SI	SI
15/6/12	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2012/06/15/empresas/138976588_850215.html	Martín Varsavsky: "Es más barato ser emprendedor que estar en el paro"	Completo	Laura Salices	Empresas	Entrevista	373	Positivo	3		Caso de éxito/historia personal	No	No	No	SI	SI
15/6/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores/noticias/4040125/06/12/Las-grandes-empresas-ya-no-garantizan-el-exito-hay-que-emprender.html	"Las grandes empresas ya no garantizan el éxito": hay que emprender	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	1134	Positivo	16		Historia personal	No	No	No	SI	SI
15/6/12	expansion.com	http://www.expansion.com/2012/06/15/empleo/emprendedores/138979757.html	El cuidado personal, un sector atractivo para emprender	Completo	Ángela Méndez	Emprendedores	Noticia	875	Positivo	2		Caso de éxito	SI	No	No	SI	SI
25/7/12	expansion.com	http://www.expansion.com/blogs/capitalrisco/2012/07/25/espana-francia-y-la-frontera-del.html	España-Francia y la frontera del emprendimiento	Completo	Enrique Calatrava	Blog	Opinión	492	Positivo	10		Caso de éxito/historia personal	No	No	No	SI	SI
10/8/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4178649/08/12/Molina-de-Segura-firma-con-el-INFO-y-la-Comunidad-una-convenio-para-fomentar-del-espiritu-emprendedor.html	Molina de Segura firma con el INFO y la Comunidad una convenio para fomentar del espíritu emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	684	Positivo	12		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
3/9/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/andaluz/noticias/4153036/07/12/Las-medidas-del-Gobierno-asfian-a-los-emprendedores.html	"Las medidas del Gobierno asfian a los emprendedores"	Completo	José María Camacho	CAA	Entrevista	803	Negativo	7		Normativa	No	No	No	SI	No
11/9/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=3262	¿Cuales son los rasgos que definen al buen emprendedor?	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	390	Positivo	10		Caso de éxito	SI	No	No	SI	No
27/9/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4279286/09/12/Un-emprendedor-recorera-1500-kilometros-en-bicicleta-para-fomentar-el-emprendimiento-andaluz.html	Un emprendedor recorrerá 1.500 kilómetros en bicicleta para fomentar el emprendimiento andaluz	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	343	Positivo	4		Historia personal	No	No	No	No	SI
5/10/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4302260/10/12/Un-emprendedor-segovano-premiado-por-Sage-por-su-plataforma-para-conectar-profesores-de-espanol-y-centros-extranjeros.html	Un emprendedor segovano, premiado por Sage por su plataforma para conectar profesores de español y centros extranjeros	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	266	Positivo	3		Historia personal	No	No	No	SI	SI
5/10/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4301961/10/12/La-Semana-del-Emprendedor-de-Getafe-arranca-este-lunes.html	La Semana del Emprendedor de Getafe arranca este lunes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	508	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
5/10/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4301146/10/12/La-Junta-General-pide-al-Principado-que-otorgue-las-ayudas-pendientes-del-ticket-del-autonomo.html	La Junta General pide al Principado que otorgue las ayudas pendientes del 'ticket' del autónomo	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	355	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	No	No	NO
13/10/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4320091/10/12/La-Generalitat-segura-haber-abonado-la-deuda-que-mantenia-con-el-emprendedor-en-huelga-de-hambre.html	La Generalitat asegura haber abonado la deuda que mantenía con el emprendedor en huelga de hambre	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	136	Negativo	0		Fracaso	No	NO	NO	NO	SI
13/10/12	eleconomista.es	Un joven emprendedor se declara en huelga de hambre para reclamar los 8.000 euros que le deben	Un joven emprendedor se declara en huelga de hambre para reclamar los 8.000 euros que le deben.	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	324	Negativo	0		Fracaso	No	NO	NO	NO	SI
25/10/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4339043/10/12/La-empresa-ganadora-de-la-fase-regional-del-Premio-Emprendedor-XI-queda-finalista-entre-las-530-candidatas-de-Espana.html	La empresa ganadora de la fase regional del Premio Emprendedor XI queda finalista entre las 530 candidatas de España	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	480	positivo	4		Caso de éxito	No	No	No	SI	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
29/10/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/opinion-blogs/noticias/4360078/10/12/Algun-politico-ha-sido-emprendedor-La-gran-mentira-del-apoyo-a-las-pymes.html	¿Algun político ha sido emprendedor? La gran mentira del apoyo a las pymes	Completo	Lusto A. Muñoz	Opinión	Opinión	584	negativo	10		Normativa	No	No	No	SI	No
29/10/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4359181/10/12/Cuarenta-personas-se-forman-esta-semana-en-Santander-en-el-Simposio-en-Education-para-el-Emprendimiento.html	Cuarenta personas se forman esta semana en Santander en el Simposio en Educación para el Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	453	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
29/10/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4359036/10/12/UC-confia-en-que-la-aportacion-del-Gobierno-le-permita-seguir-trabajando-en-innovacion-y-emprendimiento.html	UC confía en que la aportación del Gobierno le permita "seguir trabajando" en innovación y emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	348	positivo	1		Normativa	No	No	No	SI	No
29/10/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/4358949/10/12/Economia-ATA-presenta-SerViata-una-plataforma-que-puede-hacer-que-un-autonomo-ahorre-1200-euros-anuales-en-costes.html	ATA presenta SerViata, una plataforma que puede hacer que un autónomo ahorre 1.200 euros anuales en costes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	235	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
29/10/12	expansion.com	http://www.expansion.com/2012/10/29/empleo/emprendedores/1351523712.html	La UE impone deberes a España en la asignatura de emprender	Completo	Miguel Roig	Emprendedores	Noticia	699	negativo	3		Iniciativa pública	No	NO	NO	SI	No
6/11/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4377438/11/12/Botella-defiende-el-fomento-de-la-cultura-del-emprendimiento-desde-la-cuna-y-anima-a-los-madriños-a-arriesgar.html	Botella defiende el fomento de la cultura del emprendimiento "desde la cuna" y anima a los madriños a "arriesgar"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	722	Positivo	13		Iniciativa pública	No	NO	No	SI	NO
6/11/12	expansion.com	http://www.expansion.com/2012/11/06/valencia/1352207449.html	Las cooperativas enseñan a emprender a golpe de pedal	Completo	Ángel Álvarez	CCAA	Noticia	297	Positivo	6		Caso de éxito	SI	No	NO	NO	NO
14/11/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4397170/11/12/San-Sebastian-de-los-Reyes-celebrara-la-Semana-del-Emprendedor-del-19-al-25-de-noviembre.html	San Sebastián de los Reyes celebrará la "Semana del Emprendedor" del 19 al 25 de noviembre	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	199	Positivo	4		Iniciativa pública	No	NO	No	SI	No
22/11/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p=3876	La app de un emprendedor que te dice todo lo que acontece en tu barrio	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	321	Positivo	2		Caso de éxito	SI	No	No	SI	SI
22/11/12	eleconomista.es	http://ecausa.eleconomista.es/universidades/noticias/441785/7/11/12/Botin-dedica-que-las-universidades-incentivan-y-estimulan-la-investigacion-cientifica-y-el-espiritu-emprendedor.html	Botín destaca que las universidades "incentivan y estimulan" la investigación científica y el espíritu emprendedor	Completo	Sin autor	Educación	Noticia	477	Positivo	4		Iniciativa pública	SI	No	No	SI	No
22/11/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecomotor/motor/noticias/4417815/11/12/Apple-iGo-el-coche-electrico-autonomo-que-se-conducira-desde-la-Nube.html	Apple iGo: el coche eléctrico autónomo que se conducirá desde la "Nube"	Medio	ECOMOTOR	Ecomotor	Noticia	142	Positivo	0		Caso de éxito	SI	No	NO	NO	No
22/11/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p=3920	Empieza a emprender desde casa como un auténtico profesional	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	315	Positivo	3		Caso de éxito	SI	no	no	SI	NO
30/11/12	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4440459/11/12/Inaugurada-la-exposicion-sobre-proyectos-de-emprendimiento-que-demuestra-que-en-Cantabria-se-están-haciendo-cosas.html	Inaugurada la exposición sobre proyectos de emprendimiento que demuestra que "en Cantabria se están haciendo cosas"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	400	Positivo	9		Mixto	NO	NO	NO	SI	NO
30/11/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/4438231/11/12/COMUNICADO-AFAEMME-aboga-por-el-emprendimiento-femenino-sostenible.html	AFAEMME aboga por el emprendimiento femenino sostenible	Completo	Comunicado	Economía	Noticia	660	Positivo	7	social	Iniciativa pública	NO	NO	NO	SI	NO
30/11/12	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/europa_pres/2012/11/30/20121130102934.html	AFAEMME aboga por el emprendimiento femenino sostenible	Completo	Comunicado	Titulares	Noticia	660	Positivo	8	social	Iniciativa pública	NO	NO	NO	SI	NO
24/12/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p=4244	Emprender en el campo de la cosmética con un modelo low cost	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	269	Positivo	4		Caso de éxito	SI	NO	No	No	SI
24/12/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p=4102	¿Se puede emprender con el agua embotellada? Ewve elimina la adicción	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	489	Positivo	2		Caso de éxito	SI	No	No	NO	SI
1/1/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p=4164	Quieres emprender? ¡Crea tu propia aplicación y consigue el éxito de Civi!	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	390	Positivo	4		Caso de éxito	SI	No	No	SI	No
9/1/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p=4182	Emprender en Internet y los jangos le ha permitido a Wikia ganar 10,8 millones de dólares	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	417	Positivo	1		Caso de éxito/historia personal	SI	No	No	SI	No
17/1/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4536953/01/13/Federico-Morais-destaca-el-espiritu-emprendedor-de-la-Region-de-Murcia-y-su-proyeccion-nacional-e-internacional.html	Federico Morais destaca el "espíritu emprendedor" de la Región de Murcia y su proyección nacional e internacional	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	497	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
17/1/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4536845/01/13/El-Gobierno-extremo-destaca-la-relevancia-que-tendra-el-nuevo-centro-de-emprendimiento-para-Trujillo-Caceres.html	El Gobierno extremo destaca la "relevancia" que tendrá el nuevo centro de emprendimiento para Trujillo (Cáceres)	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	525	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
25/1/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=4294	Inteligencia emocional para emprender	Medio	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	520	Neutro	1		Caso de éxito	Si	No	No	No	No
25/1/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4555137/01/13/El-empleo-autonomo-extranjero-bajo-en-Asturias-un-106-en-2012.html	El empleo autónomo extranjero bajó en Asturias un 1,06% en 2012	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	337	Negativo	0		Estudio	No	No	No	Si	No
25/1/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4554863/01/13/El-empleo-autonomo-extranjero-repunto-en-Cantabria-un-35-en-2012-por-los-extracomunitarios-y-comercio.html	El empleo autónomo extranjero repuntó en Cantabria un 3,5% en 2012 por los extracomunitarios y comercio	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	727	Positivo	0		Estudio	No	No	No	Si	no
25/1/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=4268	La estrategia de Precios en el Proyecto Emprendedor	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	VIDEO (3.32)	Positivo	0		Formación	Si	No	No	No	No
25/1/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/la-conciencia-del-directivo/?p=487	Emprendedores y escuelas de negocios	Completo	Antonio Martín	Blog	Opinión	784	Positivo	15		Historia personal	No	NO	NO	NO	Si
25/1/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=4260	3 errores que no debes cometer al ser emprendedor	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	246	Positivo	4		Fracaso	Si	No	No	No	No
25/1/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4553655/01/13/Las-tres-listas-que-todo-emprendedor-debe-llevar-a-cabo.html	Las tres listas que todo emprendedor debe llevar a cabo	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Reportaje	295	Positivo	1		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
2/2/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4572423/02/13/La-Comunidad-realiza-un-curso-de-formacion-para-jovenes-parados-sobre-empleo-y-emprendimiento.html	La Comunidad realiza un curso de formación para jóvenes parados sobre empleo y emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	473	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
10/2/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/mercados-cotizaciones/noticias/4591183/02/13/El-salon-MiEmpresa-ofrecera-en-Madrid-soluciones-y-recursos-al-emprendedor.html	El salón MiEmpresa ofrecerá en Madrid soluciones y recursos al emprendedor	Completo	Agencias	Economía	Noticia	289	positivo	5		Mixto	No	No	No	Si	No
18/2/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4605783/02/13/Cuales-son-los-problemas-a-los-que-se-enfrenta-los-emprendedores.html	¿Cuáles son los problemas a los que se enfrentan los emprendedores?	Completo	J.C	Emprendedores	Noticia	362	Negativo	9		Fracaso	Si	No	No	Si	Si
18/2/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/02/15/emprendedores-empleo/empredimiento/1360954908.html	Doctórate en emprendimiento	Completo	Quique Rodríguez	Emprendedores	Noticia	429	Positivo	7		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
26/2/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4628025/02/13/Muchas-trabaja-y-ninguna-ayuda.html	"Muchas trabas y ninguna ayuda" a la hora de emprender	Completo	R.D.	Emprendedores	Noticia	268	Positivo	2		Caso de éxito/historia personal	No	no	No	No	Si
26/2/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4632177/02/13/Siete-consejos-del-guru-del-emprendimiento-Rober-Kiyosaki.html	Siete consejos del gurú del emprendimiento Robert Kiyosaki	Completo	Eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	346	Positivo	2		Caso de éxito	No	no	No	Si	No
26/2/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=4549	Emprender con le deporte	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	316	Positivo	0		Caso de éxito	Si	no	No	Si	Si
6/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4650078/03/13/Cuales-son-los-razos-imprescindibles-para-ser-emprendedor.html	¿Cuáles son los rasgos imprescindibles para ser emprendedor?	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	371	Positivo	8		Caso de éxito	no	No	No	No	Si
6/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-innovacion/noticias/4647192/03/13/Internet-lleva-a-emprender.html	Internet lleva a emprender	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	1967	Positivo	11		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
6/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=4612	Proyecto emprendedor para los músicos	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión		Positivo	0		Caso de éxito	No		No	No	Si
6/3/13	eleconomista.es	https://cincoadas.elpais.com/cincoadas/2013/03/05/economia/1362513095_561286.html	Un país sin barreras al emprendedor	Completo	Editorial	Economía	Opinión	446	Positivo	2		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
14/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-ayudas/noticias/4668744/03/13/Las-claves-de-la-Estrategia-de-Emprendimiento-y-Empleo-Joven.html	Las 12 claves de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo joven	Completo	Eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	595	Positivo	5		Caso de éxito	No	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (IMPRESIONES)	social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
14/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/4674937/03/13/Economia-Labour-LGT-ve-en-la-Estrategia-de-Emprendimiento-un-nuevo-abuso-de-la-via-del-decreto.html	LGT ve en la Estrategia de Emprendimiento un nuevo "abuso" de la vía del decreto	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	166	positivo	2		Normativa	No	No	No	Si	No
14/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/4674127/03/13/Economia-Bañez-dice-que-las-medidas-de-apoyo-al-Emprendedor-serviran-para-poner-al-pais-en-la-senda-del-crecimiento.html	Bañez dice que las medidas de apoyo al Emprendedor servirán para "poner al país en la senda del crecimiento"	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	553	Positivo	2		Normativa	No	No	No	Si	No
14/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/4674500/03/13/El-congreso-convalida-el-decreto-de-apoyo-al-emprendedor-y-estimula-el-crecimiento.html	El congreso convalida el decreto de apoyo al emprendedor y estimula el crecimiento	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	319	Positivo	3		Normativa	No	No	No	Si	No
14/3/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4673906/03/13/EI-Huaco-y-la-Universidad-de-Valladolid-firman-un-convenio-para-fomentar-el-espiritu-emprendedor-de-los-jovenes-sorianos.html	El Huaco y la Universidad de Valladolid firman un convenio para fomentar el espíritu emprendedor de los jóvenes sorianos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	274	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
22/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/8tags/emprendedores/?p=4698	Nueva idea original de un emprendedor: las tarjetas de visita en el móvil con CardMarch	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	220	Positivo	1		Caso de éxito	Si	No	NO	No	No
22/3/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4694296/03/13/Alcobendas-elige-para-el-Ministerio-de-Industria-Ciudad-del-Emprendedor.html	Alcobendas, elegida por el Ministerio de Industria Ciudad del Emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	442	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	NO	Si	No
22/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4692158/03/13/La-CE-crea-una-plataforma-para-impulsar-el-espiritu-emprendedor-europeo.html	La CE crea una plataforma para impulsar el espíritu emprendedor europeo	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	373	Positivo	7		Iniciativa pública	Si	NO	No	Si	NO
22/3/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/novras/noticias/4693445/03/13/Un-empleado-de-siete-años-presenta-su-tercera-empresa-.html	El emprendedor más joven del mundo: sólo siete años y ya tres empresas	Completo	Estadario.es	Europa	Noticia	236	Positivo	0		Caso de éxito	Si (2)	No	NO	No	Si
22/3/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/8tags/emprendedores/?p=4696	¿Dulc significa ser un autónomo dependiente?	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Noticia	269	Positivo	1		Normativa	Si	No	No	Si	No
30/3/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4710312/03/13/Francisco-Condé-aboga-por-convertir-la-Ley-del-Emprendimiento-en-eje-fundamental-para-la-recuperacion-economica.html	Francisco Condé aboga por convertir la Ley del Emprendimiento en "eje fundamental" para la recuperación económica	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	344	Positivo	7		Normativa	No	No	No	Si	No
30/3/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4709883/03/13/La-Xunta-forma-en-2012-a-casi-9.000-directivos,-empresarios-y-estudiantes-en-todas-las-fases-del-emprendimiento.html	La Xunta formó en 2012 a casi 9.000 directivos, empresarios y estudiantes en todas las fases del emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	304	positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
7/4/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4728725/04/13/Novas-Xeracions-promovera-el-espiritu-emprendedor-entre-los-jovenes-de-Galicia.html	Novas Xeracions promoverá el "espíritu emprendedor" entre los jóvenes de Galicia	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	245	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
7/4/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4728559/04/13/El-conseller-de-Economía-sanciona-la-Ley-de-Emprendimiento-como-herramienta-para-revitalizar-el-comercio-gallego.html	El consejero de Economía sanciona la Ley de Emprendimiento como herramienta para "revitalizar" el comercio gallego	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	257	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
7/4/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/4728016/04/13/La-creacion-y-financiaci3n-de-un-negocio-se-analizara-en-la-jornada-de-impulso-al-Emprendimiento-de-Huesca.html	La creación y financiación de un negocio se analizará en la Jornada de Impulso al Emprendimiento de Huesca	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	258	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
7/4/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/04/05/emprendedores-empleo/emprendimiento/1365179635.html	Dime dónde vives y te diré en qué puedes emprender	Completo	Aranha Bustillo y Angelia Méndez	Emprendedores	Reportaje	1600	Positivo	2		Caso de éxito	Si (3)	Si	No	Si	Si
15/4/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/castilla_y_leon/noticias/4749923/04/13/Cuando-estudias-una-carrera-es-el-mejor-momento-para-emprender.html	"Cuando estudias una carrera es el mejor momento para emprender"	Completo	Agencias	CCAA	Noticia	633	Positivo	4		Caso de éxito	No	NO	No	Si	Si
15/4/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/8tags/emprendedores/?p=4819	Hubble, la inspiración que le hacía falta para emprender creando una red social	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	288	Positivo	1		Caso de éxito	Si (3)	No	No	No	No
15/4/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4748173/04/13/¿a-Comunidad-incorpora-a-Lorquí-como-Municipio-Emprendedor-para-impulsar-la-creacion-de-empresas.html	La Comunidad incorpora a Lorquí como "Municipio Emprendedor" para impulsar la creación de empresas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	625	Positivo	10		Iniciativa pública	No	NO	NO	Si	NO
15/4/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4747566/04/13/España-medalla-de-bronce-europea-en-la-creacion-del-empleo-autonomo.html	España, medalla de bronce europea en la creación del empleo autónomo	Completo	José María Triper	Emprendedores	noticia	486	Positivo	3		Caso de éxito	NO	No	No	Si	No
15/4/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4739020/04/13/¿a-Comunidad-incorpora-a-Lorquí-como-Municipio-Emprendedor-para-impulsar-la-creacion-de-empresas.html	Alicia Godaras: "¿Quién emprende en un pueblo tiene más posibilidades?"	Completo	María Domínguez	Emprendedores	Entrevista	505	Positivo	6		Caso de éxito	Si	Si	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (IMPRESIONES/VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
15/4/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4746139/04/13/Alerta-Francisco-Gonzalez-Pizarro-de-emprendedores-a-grandes-empresarios.html	Alerta, Francisco González, Pizarro... de emprendedores a grandes empresarios	Completo	Eleconomista .es	España	Noticia	331	positivo	1		Caso de éxito/historia personal	Si	No	No	Si	Si
23/4/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4767036/04/13/Las-consecuencias-de-la-llamada-descontrolada-al-emprendimiento-de-los-jovenes.html	Las consecuencias de la "llamada descontrolada" al emprendimiento de los jóvenes	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	262	Positivo	2		Fracaso	No	NO	No	Si	No
22/4/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p-5091	Para Sant Jordi regala el Libro Estás desaprovechado, hace rico siendo emprendedor	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	116	positivo	2		Caso de éxito	si (2)	No	NO	NO	NO
1/5/13	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/4792130/05/13/Las-Ferias-de-Emprendimiento-de-la-Junta-reuniran-a-mas-de-8600-estudiantes-que-venderan-productos-de-sus-400-empresas.html	Las Ferias de Emprendimiento de la Junta reunirá a más de 8.600 estudiantes que venderán productos de sus 400 empresas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1052	Positivo	28		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
1/5/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/firmas/noticias/4791888/05/13/REFORMAS-Y-EMPREDIMIENTO.html	Reformas y emprendimiento	Completo	Juan Ricoll Lastortras	Opinión	Opinión	703	Neutro	3		Normativa	Si	NO	NO	Si	NO
9/5/13	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/4812965/05/13/El-Parlamento-andaluz-apoya-la-estrategia-de-emprendimiento-y-empleo-joven-del-Gobierno-de-Rajoy.html	El Parlamento andaluz apoya la estrategia de emprendimiento y empleo joven del Gobierno de Rajoy	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	643	Positivo	4		Iniciativa pública	No	NO	No	Si	NO
9/5/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4812958/05/13/Perfil-emprendedor-de-Isabel-Llorens-cofundadora-de-Rusticae.html	Perfil emprendedor de Isabel Llorens, cofundadora de Rusticae	Completo	Jesús A. Lacoste	Emprendedores	Entrevista	297	Positivo	7		Caso de éxito/historia personal	Si	No	No	No	Si
9/5/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/4812490/05/13/Moragues-destaca-las-iniciativas-premiadas-como-mejores-proyectos-europeos-por-su-caracter-innovador-y-emprendedor.html	Moragues destaca las iniciativas premiadas como mejores proyectos europeos por su carácter innovador y emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	759	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	Si	NO
9/5/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/comunidadde-autonomas/noticias/4801148/05/13/Mayor-de-50-emprendedor-olvidado.html	Mayor de 50, emprendedor olvidado	Completo	eleconomista .es	CCAA	Noticia	2789	Positivo	19		Historia personal	No	Si	NO	Si	Si
9/5/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/tecnologia-internet/noticias/4811613/05/13/El-emprendedor-español-Bernardo-Hernandez-deja-Google.html	El emprendedor español Bernardo Hernández deja Google	Medio	eleconomista .es	Emprendedores	Noticia	431	Neutro	3		Historia personal	Si	No	NO	NO	Si
9/5/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4807566/05/13/La-empresa-del-guru-del-emprendimiento-Garcia-Miá-negocia-la-entrada-de-capital-para-estar-en-el-cierre.html	La empresa del guru del emprendimiento García-Miá negocia la entrada de capital para estar en el cierre	Completo	eleconomista .es	Emprendedores	Noticia	306	Neutro	3		Fracaso	Si	No	NO	No	si
9/5/12	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2013/05/09/emprendedores/1368031000_898975.html	En busca del emprendedor del año	Completo	Circo Dias	Emprendedores	Noticia	254	Positivo	4		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
9/5/12	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2013/05/08/empresas/1368034444_893975.html	Autónomos jóvenes, el retrato robot del nuevo emprendedor	Completo	M.G.P.	Empresas	Noticia	453	Positivo	2		Caso de éxito/historia personal	Si	No	NO	Si	No
9/5/12	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2013/05/08/empresas/1368033787_886922.html	Cómo emprender... asumiendo menos riesgo	Completo	Manuel Pascual González	Empresas	Noticia	1142	Positivo	3		Caso de éxito	Si	Si	NO	Si	No
17/5/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4785196/04/13/Para-emprender-hay-que-ser-varias-personas-en-una.html	Beatriz Asuaje: "Para emprender hay que ser varias personas en una"	Completo	Esther Porta	Emprendedores	Reportaje	546	positivo	3		Caso de éxito/historia personal	Si	No	NO	No	Si
17/5/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ish-ecolej/noticias/4832579/05/13/Union-Profesional-promueve-en-Bruselas-el-emprendimiento-en-las-profesiones-liberales-espanolas.html	Unión Profesional promueve en Bruselas el emprendimiento en las profesiones liberales españolas	Completo	Eleconomista .es	Legal	Noticia	422	Positivo	4		Iniciativa pública	No	NO	NO	Si	No
25/5/13	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2013/05/24/economia/1369414491_963994.html	Nunca es muy pronto para empezar a emprender	Completo	Manuel G. Pascual	Economía	Noticia	1818	Positivo	4		Caso de éxito/historia personal	Si	Si (5)	No	Si	Si
25/5/13	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2013/05/24/economia/1369419571_253682.html	Una ley para amparar al emprendedor	Completo	Editorial	Opinión	Opinión	455	Positivo	5		Normativa	No	NO	No	No	Si
2/6/13	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/4879809/06/13/Unas-78-empresas-innovadoras-de-Andalucia-aspiran-a-los-Premios-Emprendedor-XXI-que-se-entregan-el-lunes.html	Unas 78 empresas innovadoras de Andalucía aspiran a los Premios Emprendedor XXI, que se entregan el lunes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	301	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	Si	NO
10/6/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/catalunya/noticias/4899127/06/13/Los-Premios-Pyme-se-entregan-este-lunes-reconociendo-el-trabajo-emprendedor-catalan.html	Los Premios Pyme se entregan este lunes reconociendo el trabajo emprendedor catalán	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	308	Positivo	3		Iniciativa pública	No	NO	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
10/6/12	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/4888272/06/13/Rsc-surge-en-espana-el-primer-curso-online-abierto-sobre-emprendimiento-social.html	Surge en España el primer curso online abierto sobre emprendimiento social	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	191	positivo	5		INICIATIVA PRIVADA	No	No	NO	NO	NO
10/6/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/4897614/06/13/Perfil-emprendedor-de-Carlos-Blanco-CEO-de-Grupo-ITNet.html	Perfil emprendedor de Carlos Blanco, CEO de Grupo ITNet	Completo	Jesus A. Lacoste	Emprendedores	Entrevista	218	Positivo	5		Caso de éxito/historia personal	Si	No	No	No	Si
10/6/12	eleconomista.es	<a ejemplo-de-union-institucional-el-decreto-de-medidas-para-el-empleo-y-emprendimiento.html"="" href="http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/4897345/06/13/ATA-A-ve-un-\">http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/4897345/06/13/ATA-A-ve-un-\"ejemplo-de-union-institucional-el-decreto-de-medidas-para-el-Empleo-y-Emprendimiento.html	ATA-A ve un "ejemplo de unión" institucional el decreto de medidas para el Empleo y Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	217	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	No	No	Si
10/6/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=5240	Emprender en un nicho como la vestimenta deportiva de fútbol	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	224	positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
18/6/13	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/4922425/06/13/Manago-reitera-que-el-Gobierno-regional-trabaja-para-simplificar-las-trabas-burocraticas-y-favorecer-el-emprendimiento.html	Manago reitera que el Gobierno regional trabaja para simplificar las trabas burocráticas y favorecer el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1270	Positivo	17		normativa	No	NO	NO	Si	No
18/6/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4902134/06/13/Perfil-emprendedor-de-Raúl-Jimenez-CEO-y-fundador-de-Minube.html	Perfil emprendedor de Raúl Jiménez, CEO y fundador de Minube	Completo	Jesus A. Lacoste	Emprendedores	Entrevista	233	positivo	6		Caso de éxito/historia personal	Si	No	No	No	Si
18/6/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=5359	Llaga Casarín, proyecto emprendedor sobre zapatos para niños y que cuenta ya con más de 25 tiendas	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	267	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
18/6/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-ayudas/noticias/4916633/06/13/Quien-Financia-al-emprendedor-La-Ley-de-Emprendedores-no-tendra-dinero-publico.html	¿Quién financia al emprendedor? La Ley de Emprendedores no tendrá dinero público	Completo	Fernando González/Angeles Caballero	Emprendedores	Noticia	1474	Negativo	17		Normativa	No	No	No	Si	No
18/6/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=5299	El emprendedor Asier Alejo Siles crea una app que enseña a los niños a manejar el dinero	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	268	Positivo	2		Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
18/6/13	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2013/06/17/tecnologia/1371490980_662030.html	Emprendedor, significado nuevo, espíritu antiguo	Completo	Carlos Otriano Pulido	Economía	Noticia	563	Positivo	11		Otros	No	Si	No	Si	No
25/6/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/06/26/economia/137223348.html	España explora vías para reactivar el emprendimiento	Completo	Expansión	Economía	Noticia	544	Positivo	5		Iniciativa pública	Si	Si	No	Si	No
4/7/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4967946/07/13/El-presidente-de-Extremadura-aboga-por-el-emprendimiento-en-la-region.html	El presidente de Extremadura aboga por el emprendimiento en la región	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	505	Positivo	8		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
4/7/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4964652/07/13/Hombre-y-universitario-de-25-a-44-años-perfil-del-emprendedor-de-startups.html	Hombre y universitario, de 25 a 44 años, perfil del emprendedor de startups	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	521	Positivo	14		Estudio	Si	No	No	Si	NO
4/7/13	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2013/07/03/tecnologia/1372878040_665078.html	Nace el mayor mercado virtual de España para impulsar el emprendimiento	Completo	Miriam Jiménez	Tecnología	Noticia	616	Positivo	15		Iniciativa privada	Si	No	NO	Si	NO
12/7/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4989212/07/13/Perfil-emprendedor-de-Marcos-Enriquez-de-TheRanking.com.html	Perfil emprendedor de Marcos Enriquez, de TheRanking.com	Completo	Jesus A. Lacoste	Emprendedores	Noticia	193	Positivo	3		Caso de éxito/historia personal	Si	No	No	Si	Si
12/7/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4985471/07/13/Eurodiputados-piden-mas-fondos-y-promocion-para-el-Erasmus-de-emprendedores.html	Eurodiputados piden más fondos y promoción para el Erasmus de emprendedores	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	491	Positivo	8		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	NO
12/7/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4987043/07/13/Las-grandes-empresas-han-de-ser-un-motor-de-desarrollo.html	Las grandes empresas han de ser un motor de desarrollo del emprendimiento	Completo	Camila Pan de Soraluce	Empresas	Noticia	186	Positivo	3		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No
5/8/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5046884/08/13/Las-pymes-piden-que-se-considere-emprendedor-a-cualquier-empresario.html	Las pymes piden que se considere emprendedor a cualquier empresario	Completo	Eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	482	Positivo	8		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
13/8/13	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5066443/08/13/El-Govern-facilitara-informacion-a-argentinos-que-quieran-emprender-negocios-en-Baleares.html	El Govern facilitará información a argentinos que quieran emprender negocios en Baleares	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	311	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
13/8/13	cinco dias.com	https://cinco dias.elpais.com/cinco dias/2013/08/12/sentidos/137628625_244783.html	Joven sin emancipar, pero dispuesto a emprender y emigrar	Completo	Alfonso Simón	Sentidos	Noticia	1137	Positivo	0		Estudio	Si	Si	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINE	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPRENDI-MIEN TO)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
29/8/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5102143/08/13/La-Comunidad-distingue-a-Fuente-Alamo-como-Municipio-Emprendedor-para-impulsar-iniciativas-empresariales.html	La Comunidad distingue a Fuente Alamo como "Municipio Emprendedor" para impulsar iniciativas empresariales	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	545	Positivo	10		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
29/8/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5102143/08/13/La-Ley-Agraria-la-PAC-y-el-emprendimiento-en-el-medio-rural-centrarán-el-curso-político-de-la-Consejería-de-Agricultura.html	La Ley Agraria, la PAC y el emprendimiento en el medio rural centrarán el curso político de la Consejería de Agricultura	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	522	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
29/8/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5101870/08/13/La-Comunidad-destina-490000-euros-a-bonificar-la-Seguridad-Social-de-desempleados-que-quieran-emprender.html	La Comunidad destina 490.000 euros a bonificar la Seguridad Social de desempleados que quieran emprender	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	439	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
29/8/13	cinco dias.com	https://cinco dias.es/pais.com/cinco dias/2013/08/28/ventidos/137714286_363943.html	Emprender, ¿solución o quimera para los parados?	Completo	Manuel G. Pascual	Sentidos	Reportaje	861	positivo	8		Casos de éxito/Otros	SI	SI	No	SI	No
6/9/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-primas/noticias/5121584/09/13/Universidades-públicas-de-Murcia-lanzan-el-primero-Master-en-Emprendimiento.html	Universidades públicas de Murcia lanzan el primer Master en Emprendimiento	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	234	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	NO	NO
6/9/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-primas/noticias/5121584/09/13/Juan-Merodio-Es-importante-buscar-socios-que-complementen-y-aporten-valor-para-emprender.html	Juan Merodio: "Es importante buscar socios que complementen y aporten valor para emprender"	Completo	Agencias	Emprendedores	Entrevista	749	Positivo	11		Caso de éxito	SI	No	NO	SI	NO
22/9/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5162844/09/13/La-nueva-sede-de-la-Casa-de-Cantabria-en-México-un-símbolo-del-espíritu-emprendedor-del-montañés.html	La nueva sede de la Casa de Cantabria en México, un símbolo del "espíritu emprendedor del montañés"	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	852	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	NO	SI	No
30/9/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5185609/09/13/Unos-120-jóvenes-podrán-beneficiarse-de-programas-municipales-para-acceder-a-becas-emprender.html	Unos 120 jóvenes podrán beneficiarse de programas municipales para acceder a becas, emprender	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	497	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
30/9/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/5185209/09/13/Los-empresarios-catalanes-reivindican-su-perfil-emprendedor.html	Los empresarios catalanes reivindicar su perfil emprendedor	Completo	Agencias	Economía	Noticia	659	Positivo	11		Caso de éxito	NO	NO	NO	SI	SI
30/9/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5183772/09/13/Erra-anima-a-los-jóvenes-desempleados-a-formarse-e-informarse-para-poder-emprender-con-éxito-un-proyecto-empresarial.html	Erra anima a los jóvenes desempleados "a formarse e informarse" para poder emprender con éxito un proyecto empresarial	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	544	Positivo	17		Formación	NO	NO	NO	SI	NO
30/9/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=5823	3 ideas para emprender que te ayudarán a inspirarte	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	465	Positivo	7		Caso de éxito	SI	SI	No	No	SI
30/9/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/09/27/emprendedores-empleo/emprendimiento/1380395278.html	Cuánto debería ganar un emprendedor... y sus empleados	Completo	Montse Mateos	Emprendedores	Reportaje	1838	Positivo	16		Casos de éxito/Otros	SI	SI	No	SI	SI
8/10/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/5207877/10/13/Cocinados-y-FoodDistrict-explican-manana-como-se-puede-alcanzar-el-sueño-emprendedor-en-el-XIV-Iniciador-León.html	"Cocinados" y "FoodDistrict" explicarán mañana cómo se puede alcanzar "el sueño emprendedor" en el XIV "Iniciador León"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	219	positivo	1		Caso de éxito	No	No	No	SI	NO
8/10/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5207797/10/13/Aprobado-el-borrador-del-Anteproyecto-de-los-Presupuestos-del-Organismo-Autónomo-para-el-año-2014.html	Aprobado el borrador del Anteproyecto de los Presupuestos del Organismo Autónomo para el año 2014	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	322	Positivo	0		Normativa	No	No	NO	No	No
8/10/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5207795/10/13/Un-total-de-184-proyectos-empresariales-innovadores-optan-a-las-ayudas-del-programa-Acción-Impulso-Emprendedor.html	Un total de 184 proyectos empresariales innovadores optan a las ayudas del programa "Acción Impulso Emprendedor"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	365	Positivo	4		Caso de éxito	No	No	No	SI	No
8/10/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=5784	¿Estás preparado para emprender? He aquí unas claves	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	420	positivo	6		Caso de éxito	SI	NO	NO	No	No
16/10/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/5231667/10/13/Beteta-asegura-que-ningun-emprendedor-se-quebrará-sin-cobrar-sus-facturas.html	Beteta asegura que ningún emprendedor se quebrará sin cobrar sus facturas	Completo	AGENCIAS	Política	Noticia	205	Positivo	4		Iniciativa pública	No	NO	NO	SI	NO
16/10/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/5231458/10/13/Economía-El-Congreso-pide-al-Gobierno-por-una-vez-un-Estatuto-del-Emprendedor-Rural-y-menos-trabaja-burocráticas.html	El Congreso pide al Gobierno por unanimidad un Estatuto del Emprendedor Rural y menos trabaja burocráticas	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	611	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	NO	SI	NO
16/10/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/5230449/10/13/El-Consejo-del-Emprendimiento-reune-a-los-principales-agentes-sociales-y-económicos-de-la-Región.html	El Consejo del Emprendimiento reúne a los principales agentes sociales y económicos de la Región	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	618	Positivo	18		Mixto	No	No	No	SI	No
16/10/13	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/noticias/5228810/10/13/El-emprendimiento-una-pieza-clave-para-la-actividad-fundacional.html	El emprendimiento: una pieza clave para la actividad fundacional	Completo	Sin autor	Emprendedores	Noticia	458	Positivo	4		Caso de éxito	SI	No	No	SI	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
16/10/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5229707/10/13/El-Gobierno-de-Navarra-nombra-a-los-miembros-del-Consejo-Navarro-del-Trabajo-Autonomo.html	El Gobierno de Navarra nombra a los miembros del Consejo Navarro del Trabajo Autónomo	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	426	Positivo	0		Normativa	No	No	No	SI	NO
16/10/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/10/16/emprededores-emples/empredimiento/1381949653.html	El 87% de la población tiene un buen motivo para emprender	Completo	Tino Fernández	Emprededores	Reportaje	1153	Positivo	2		Estudio	SI	SI	No	SI	No
16/10/13	eleconomista.es	http://www.expansion.com/Agencia/europa_gres/2013/10/16/20131016185055.html	El Congreso pide al Gobierno por unanimidad un Estatuto del Emprendedor Rural y menos trabas burocráticas	Completo	AGENCIAS	Titulares	Noticia	611	Positivo	11		Normativa	No	No	No	SI	No
24/10/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5254961/10/13/Huesca-se-convierte-en-la-capital-de-la-innovacion-y-el-empredimiento.html	Huesca se convierte en la capital de la innovación y el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	263	Positivo	6		Iniciativa pública	NO	NO	NO	SI	NO
24/10/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprededores-pymes/noticias/5252067/10/13/Las-organizaciones-UPTA-y-Utae-celebran-el-crecimiento-del-trabajo-autonomo.html	Las organizaciones UPTA y Utae celebran el crecimiento del trabajo autónomo	Completo	AGENCIAS	Emprededores	Noticia	290	Positivo	2		Iniciativa pública	SI	NO	NO	SI	NO
24/10/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/10/24/emprededores-emples/empredimiento/1382639870.html	Cómo triunfar en Cambridge, Silicon Valley y Tel Aviv	Completo	Ángela Méndez	Emprededores	Reportaje	823	Positivo	3		Caso de éxito	SI	SI	No	SI	SI
24/10/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprededores-pymes/noticias/5252073/10/13/Cuales-son-las-caracteristicas-de-un-emprededor-de-exito.html	¿Cuáles son las características de un emprendedor de éxito?	Completo	Agencias	Emprededores	Reportaje	489	Positivo	9		Caso de éxito	SI	SI	No	SI	NO
24/10/13	expansion.com	http://www.expansion.com/Agencia/europa_gres/2013/10/24/20131024113604.html	UPTA y Utae celebran el crecimiento del trabajo autónomo, responsable del 40% de la nueva ocupación	Completo	AGENCIAS	Titulares	Noticia	481	Positivo	2		Caso de éxito	No	No	No	SI	No
1/11/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprededores-innova/noticias/5276346/11/13/El-empredimiento-llega-a-los-cementerios-con-Eternalia.html	El emprendimiento llega a los cementerios con Eternalia	Completo	AGENCIAS	Emprededores	Noticia	313	Positivo	2		Caso de éxito	No	NO	NO	NO	SI
1/11/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5276180/11/13/La-Cátedra-de-Emprededores-abre-el-plazo-para-optimar-el-Premio-al-Mejor-Emprededor-2013.html	La Cátedra de Emprededores abre el plazo para optar al Premio al Mejor Emprededor 2013	Completo	AGENCIAS	españa	Noticia	567	Positivo	14		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
1/11/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/11/01/emprededores-emples/empredimiento/138325189.html	Dime cómo te financias y te diré qué emprendedor eres	Completo	Arancha Bustillo y Ángela Méndez	Emprededores	Reportaje	1384	Positivo	15		Caso de éxito	SI	SI	No	SI	No
9/11/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprededores/?p=6249	Emprender en el campo. Encuentra tu idea de negocio	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	381	Positivo	2		Caso de éxito	SI	No	NO	NO	SI
17/11/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5319223/11/13/La-Universidad-celebra-Deusto-Elmundo-Emprende-2013-en-el-marco-de-la-Semana-Global-del-Empredimiento.html	La Universidad celebra Deusto Elmundo Emprende 2013 en el marco de la Semana Global del Empredimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	196	Positivo	6		Iniciativa pública	No	NO	No	SI	No
25/11/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/11/25/economia/1385411488.html	Ana Botella aboga por disminuir el tamaño de las administraciones públicas y por fomentar el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	399	Positivo	9		Iniciativa pública	SI	No	No	SI	No
25/11/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/5343362/11/13/Economia-Ana-Botella-aboga-por-disminuir-el-tamano-de-las-administraciones-publicas-y-por-fomentar-el-empredimiento.html	Ana Botella aboga por disminuir el tamaño de las administraciones públicas y por fomentar el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	382	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
25/11/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5342555/11/13/Feria-de-Madrid-rinde-homenaje-a-su-impulsor-Adrián-Piñero-un-emprededor-cuando-no-se-habla-de-emprededor.html	Feria de Madrid rinde homenaje a su impulsor, Adrián Piñero, "un emprendedor" cuando no se hablaba de emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	806	Positivo	2		Caso de éxito	No	SI	NO	SI	NO
25/11/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/marcados-cotizaciones/noticias/5342208/11/13/tema-homenaje-a-Piñero-emprededor-clasico-y-pionero-del-sector-ferial.html	tema homenaje a Piñero, emprendedor "clásico" y "pionero" del sector ferial	Completo	Agencias	Economía	Noticia	583	Positivo	2		Caso de éxito	No	NO	No	SI	No
25/11/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5342204/11/13/Pedro-Espinoza-Llao-Llao-Premio-Rey-Jaime-I-Emprededor-No-todo-el-mundo-tiene-que-ver-empresario.html	Pedro Espinoza (Llao Llao), Premio Rey Jaime I Emprededor: "No todo el mundo tiene que ser empresario"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	410	Positivo	11		Caso de éxito/historia personal	SI	No	No	SI	No
25/11/13	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5340751/11/13/El-numero-de-mujeres-emprededoras-se-reduce-en-2012-asi-como-el-nivel-de-formacion-especifica-para-emprededor.html	El número de mujeres emprendedoras se reduce en 2012, así como el nivel de formación específica para emprender	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	891	Negativo	35		Fracaso	No	NO	NO	SI	No
3/12/13	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/valencia/noticias/5354039/12/13/Raúl-Anzar-Descarto-al-emprededor-que-no-sabe-leer-un-balance.html	Raúl Anzar: "Descarto al emprendedor que no sabe leer un balance"	Completo	Javier Alfonso	CCA	Entrevista	643	Positivo	13		Caso de éxito	SI	NO	No	SI	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (MÁXIMO NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIDADAS	FUENTES PERSONALES
1/12/13	elcomista.es	http://www.elcomista.es/emprendedores-pymes/noticia/536281/2/13/Acuerdo-para-fomentar-el-emprendimiento-entre-los-mas-jovenes.html	Acuerdo para fomentar el emprendimiento entre los más jóvenes	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	228	Positivo	3		Iniciativa pública	Si	No	NO	No	No
1/12/13	elcomista.es	http://www.elcomista.es/emprendedores-pymes/noticia/536378/1/13/Caso-11000-jovenes-se-han-beneficiado-de-la-Estrategia-de-Emprendimiento-y-Empleo-joven.html	Casi 110 000 jóvenes se han beneficiado de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	383	Positivo	7		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
11/12/13	elcomista.es	http://ocdiario.elcomista.es/espana/noticia/538578/1/13/Felijo-avanza-que-Galicia-Emprende-Functiona-desde-este-jueves-y-la-Ley-de-emprendimiento-se-aprobara-la-prxima-semana.html	Felijo avanza que Galicia Emprende Functiona desde este jueves y la Ley de emprendimiento se aprobará la próxima semana	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	156	Positivo	4		Iniciativa pública	No	NO	NO	Si	NO
11/12/13	elcomista.es	http://www.elcomista.es/registro/noticia/538541/1/13/Contratacion-publica-la-paradoja-del-empresador.html	Contratación pública: la paradoja del emprendedor	Completo	Carlos Minguera y María García	Legal	Opinión	852	Neutro	7		Iniciativa pública	No	No	NO	Si	NO
11/12/13	expansion.com	http://www.expansion.com/2013/11/25/emprendedores-empresario/empresario/238073338.html	Emprender es el mejor trampolín para ser jefe	Completo	Montse Mateos	Emprendedores	Reportaje	774	Positivo	13		Caso de éxito	Si	NO	No	Si	No
19/12/13	elcomista.es	http://www.elcomista.es/8tags/emprendedores/7p=6372	Alimentarse durante una semana por 56€: el proyecto de un emprendedor que triunfa en Estados Unidos	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	267	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	NO	Si	NO
19/12/13	elcomista.es	http://www.elcomista.es/gestion-empresarial/noticia/471206/04/13/Las-diez-claves-para-emprender-con-exito-en-el-mercado-chino.html	Las diez claves para emprender con éxito en el mercado chino	Completo	Esther Porta	Emprendedores	Noticia	1043	Positivo	3		Caso de éxito	Si	NO	No	Si	No
19/12/13	elcomista.es	http://www.elcomista.es/gestion-empresarial/noticia/539846/1/13/Quedemos-por-desgastar-la-palabra-empresario.html	"Quedemos por desgastar la palabra emprendedor"	Completo	JIS	Emprendedores	Entrevista	442	Negativo	4		Caso de éxito	Si	NO	NO	Si	No
27/12/13	elcomista.es	http://ocdiario.elcomista.es/espana/noticia/542251/1/13/Victor-Martinez-destaca-que-la-Region-es-un-referente-nacional-en-materia-de-trabajo-autonomo.html	Victor Martínez destaca que la Región es "un referente nacional en materia de trabajo autónomo"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	403	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	Si	NO
4/1/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/8tags/emprendedores/7p=6450	Geophy, una forma diferente de conocer gente y un proyecto emprendedor "made in Spain"	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	494	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
20/1/14	elcomista.es	http://ocdiario.elcomista.es/ocdiario/noticia/547344/01/14/Heineken-España-y-Basque-Culinary-Center-impulsan-el-emprendimiento-en-hostelería-gastronomía-y-alimentación.html	Heineken España y Basque Culinary Center impulsan el emprendimiento en hostelería, gastronomía y alimentación	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	221	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	Si	Si
20/1/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/8tags-empresarios/546537/01/14/Celestino-García-vicepresidente-de-Samsung-El-éxito-es-no-desisto.html	El vicepresidente de Samsung España anima a emprender: "El éxito es no desistir"	Completo	M.D.I.	Emprendedores	Noticia	471	Positivo	1		Historia personal	Si	Si	No	Si	Si
20/1/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/emprendedores-innovacion/noticia/547459/01/14/7-elefonos-invertir-89-millones-en-Andalucía-los-dos-prximos-años-para-impulsar-el-emprendimiento.html	Teléfono Invertir 8,9 millones en Andalucía los dos próximos años para impulsar el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	110	Positivo	2		Mito	No	NO	NO	Si	No
20/1/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/emprendedores-pymes/noticia/547200/01/14/Avanzado-y-AIE-financiaran-el-emprendimiento.html	Avanzado y AIE financiarán el emprendimiento	Completo	Beatriz Tijer	Emprendedores	Noticia	225	Positivo	3		Mito	No	No	NO	Si	NO
20/1/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/andalucia/noticia/539964/1/13/Las-TIC-vector-clave-del-emprendimiento.html	Las TIC, vector clave del emprendimiento	Completo	Fabán Varas	CCAA	Opinión	356	Positivo	9		Otros	No	No	No	Si	No
20/1/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/opinion-legal/noticia/546890/01/14/El-sueño-del-empresario-produce-consultas-tributarias.html	El sueño del emprendedor produce... consultas tributarias	Completo	Esai Alarcón	Legal	Opinión	919	Neutro	4		Normativa	No	NO	NO	Si	No
20/1/14	expansion.com	http://www.expansion.com/2014/01/20/andalucia/139022366.html	Teléfono Invertir 8,9 millones para impulsar el emprendimiento	Completo	Expansión	CCAA	Noticia	871	Positivo	14		Mito	No	No	No	Si	No
20/1/14	expansion.com	http://www.expansion.com/agencias/efe/2014/01/19/1913467-0.html	Joven emprendedor londinense convierte la informática en un juego de niños	Completo	Agencias	Tribunales	Noticia	614	Positivo	3		Caso de éxito/historia personal	No	No	No	No	Si
28/1/14	expansion.com	http://www.expansion.com/2014/01/28/emprendedores-empresario/empresario/239093721.html	China, un gigante para emprender nuevas ideas	Completo	A. Bustillo y M. Mateos	Emprendedores	Reportaje	721	Positivo	8		Caso de éxito	Si	Si	No	Si	Si
28/1/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/evn/ultima-hora-ecoley/noticia/548466/01/14/La-UE-pide-acabar-con-el-fraude-del-falso-autonomo.html	La UE pide acabar con el fraude del "falso autónomo"	Completo	Xavier Gil-Pedraza	Legal	Noticia	1646	Neutro	0		Normativa	Si	No	No	Si	No
5/2/14	elcomista.es	http://ocdiario.elcomista.es/espana/noticia/551824/02/14/La-Universidad-de-Huelva-acepta-la-presentación-del-1-Premio-Emprendimiento-de-Universidades-Publicas-Andaluzas.html	La Universidad de Huelva acepta la presentación del 1º Premio Emprendimiento de Universidades Públicas Andaluzas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	522	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
5/2/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/emprendedores-pymes/noticia/551365/02/14/Los-contratos-de-apoyo-a-empresarios-suben-un-21,2%-en-un-año-y-suman-163.000-desde-la-reforma.html	Los contratos de apoyo a emprendedores suben un 21,2% en un año y suman 163.000 desde la reforma	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	379	Positivo	7		Normativa	Si	No	No	Si	No
13/2/14	elcomista.es	http://www.elcomista.es/emprendedores-pymes/noticia/531223/1/13/Siete-características-de-los-empresarios-de-exito.html	Siete características de los emprendedores de éxito	Completo	Agencias	Emprendedores	Reportaje	285	Positivo	3		Caso de éxito	Si	NO	NO	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (MÁXIMO NÚM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRAFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
13/2/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5540350/02/14/El-Hueco-y-el-centro-de-FP-Pico-Frentes-de-Soria-firman-un-acuerdo-para-impulsar-el-talento-emprendedor-de-sus-alumnos.html	El Hueco y el centro de FP Pico Frentes de Soria firman un acuerdo para impulsar el talento emprendedor de sus alumnos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	335	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
13/2/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=6993	5 razones para emprender durante el año 2014	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	358	Positivo	10		Caso de éxito	Si	No	No	No	No
13/2/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5539279/02/14/La-edicion-de-AULA-y-el-Foro-de-Postgrado-2014-contarán-con-un-área-de-emprendimiento-juven.html	La edición de AULA y el Foro de Postgrado 2014 contarán con un área de emprendimiento joven	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	198	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
21/2/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=7065	Open Education Challenge te ayuda a desarrollar tu proyecto emprendedor en Educación	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	350	Positivo	8		Caso de éxito	Si (incluye vídeo)	No	No	No	No
21/2/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5562322/02/14/Siete-consejos-para-ser-un-emprendedor-feliz.html	Siete consejos para ser un emprendedor feliz	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Opinión	534	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
21/2/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/educacion/noticias/5561537/02/14/Unos-25000-alumnos-de-toda-Espana-participan-en-proyectos-de-emprendimiento.html	Unos 25.000 alumnos de toda España participan en proyectos de emprendimiento	Completo	Agencias	Educación	Noticia	38	Positivo	1		Iniciativa privada	Si	No	NO	NO	NO
21/2/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5560566/02/14/Que-pasos-hay-que-seguir-en-un-traspaso-comercial.html	¿Qué pasos hay que seguir en un traspaso comercial? La otra vía para emprender	Completo	C.P.S.	Emprendedores	Noticia	860	Positivo	1		Normativa	Si	no	NO	Si	NO
21/2/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5560724/02/14/Murcia-la-comunidad-con-mayor-crecimiento-de-trabajo-autonomo-extranjero.html	Murcia, la comunidad con mayor crecimiento de trabajo autónomo extranjero	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	337	Positivo	2		Estudio	NO	NO	NO	Si	NO
21/2/14	expansion.com	http://www.expansion.com/2014/02/18/emprendedores-empleo/emprendimiento/192731593.html	Emprender, la mejor vía para tener un trabajo	Completo	Martín Matos	Emprendedores	Reportaje	973	Positivo	18		Caso de éxito	Si	No	NO	Si	No
9/3/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/valenciana/noticias/5602840/03/14/El-Gobierno-de-Fabra-creará-el-Consejo-Valenciano-del-Emprendedor.html	El Gobierno de Fabra creará el Consejo Valenciano del Emprendedor	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	379	Positivo	13		Iniciativa pública	Si	NO	NO	Si	No
9/3/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5603368/03/14/El-Gobierno-se-une-a-la-Cámara-de-Comercio-y-Óxital-para-fomentar-el-espíritu-emprendedor.html	El Gobierno se une a la Cámara de Comercio y Óxital para fomentar el espíritu emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	435	Positivo	11		Iniciativa pública	NO	No	No	Si	No
17/3/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5626072/03/14/Monago-apunta-que-no-hay-alternativa-al-emprendimiento-en-el-que-se-basa-la-sostenibilidad-de-las-cuentas-publicas.html	Monago apunta que "no hay alternativa al emprendimiento", en el que se basa la "sostenibilidad" de las cuentas públicas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	855	Positivo	16		Iniciativa pública	Si	NO	No	No	No
17/3/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/valenciana/noticias/5619716/03/14/Jesus-Casasnovas-CEI-No-se-debe-empujar-a-la-gente-a-emprender-por-emprender.html	"No se debe empujar a la gente a emprender por emprender"	Completo	Javier Alfonso	Emprendedores	Entrevista	689	Positivo	13		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
17/3/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/desastres-naturales/noticias/5628356/03/14/Don-Felipe-y-las-administraciones-apoyan-el-emprendimiento-basado-en-la-innovacion.html	Don Felipe y las administraciones apoyan el emprendimiento basado en la innovación	Completo	Agencias	Desastres Naturales	Noticia	563	Positivo	10		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
17/3/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/argon/noticias/5638403/03/14/Zaragoza-acoge-el-I-Foro-de-Europa-de-la-Industria-y-el-Emprendimiento.html	Zaragoza acoge el I Foro de Europa de la Industria y el Emprendimiento	Completo	Agencias	CCAA	Noticia	398	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	NO	Si	No
17/3/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5628171/03/14/Bilbao-acogerá-este-jueves-el-I-Foro-de-Emprendimiento-Femenino-e-Innovacion-Social-en-Espana.html	Bilbao acogerá este jueves el I Foro de Emprendimiento Femenino e Innovación Social en España	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	216	Positivo	9		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
17/3/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5627715/03/14/Un-millar-de-personas-participarán-en-el-Foro-Europeo-de-la-Industria-y-el-Emprendimiento.html	Un millar de personas participarán en el Foro Europeo de la Industria y el Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	750	Positivo	4		Iniciativa privada	No	NO	NO	Si	NO
17/3/14	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/5627615/03/14/Junta-universidades-y-emprendedores-coinciden-en-la-importancia-de-introducir-el-emprendimiento-en-la-enseñanza.html	Junta, universidades y emprendedores coinciden en la importancia de introducir el emprendimiento en la enseñanza	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	700	Positivo	12		Iniciativa privada	NO	No	No	Si	Si
25/3/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5639765/03/14/El-bajo-espíritu-emprendedor-europeo-resta-competitividad.html#Kx89xYEjV7Ag2	"El bajo espíritu emprendedor europeo resta competitividad"	Completo	R. Pérez Salero	Emprendedores	Entrevista	581	Positivo	2		Iniciativa pública	NO	NO	NO	Si	NO
25/3/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/5647664/03/14/El-Estado-un-gran-emprendedor-los-grandes-avances-del-iPhone-no-fueron-obra-de-Apple.html	El Estado emprendedor: los grandes innovadores del iPhone no son de Apple	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	438	Positivo	2		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GÉNERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPRENDI- NIA/FECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
2/4/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5675489/04/14/El-Principe-destaca-que-el-emprendimiento-es-fundamental-para-solucionar-de-forma-sostenida-la-falta-de-empleo.html	El Príncipe destaca que el emprendimiento es "fundamental para solucionar de forma sostenida la falta de empleo"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	665	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
2/4/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p-7319	Estimado Emprendedor, IBM quiere tus ideas para Watson	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	312	Positivo	0		Iniciativa privada	SI	NO	NO	SI	No
2/4/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5674523/04/14/La-Fundacion-Moderna-la-Camara-de-Comercio-ANEL-y-UPTA-se-adhiere-a-la-Red-de-Apoyo-al-Emprendimiento.html	La Fundación Moderna, la Cámara de Comercio, ANEL y UPTA se adhieren a la Red de Apoyo al Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	324	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
2/4/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/5673156/04/14/El-emprendedor-Pau-Garcia-Mil-ofrece-sus-impressiones-tras-la-venta-de-eyeOS-a-Telefonica.html	Pau García-Mil tras vender eyeOS a Telefonía: "El éxito no es que te compien, es que te usen"	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	375	Positivo	3		Caso de éxito	SI	No	No	No	SI
2/4/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/5673141/04/14/FSC-inserta-participa-con-un-stand-en-el-X-Foro-de-Empleo-y-Emprendimiento-de-la-Universidad-de-Deusto.html	FSC inserta participa con un stand en el X Foro de Empleo y Emprendimiento de la Universidad de Deusto	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	236	Positivo	3		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
2/4/14	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/nurpa_press/2014/04/02/2014040221332.html	El Príncipe destaca que el emprendimiento es "fundamental para solucionar de forma sostenida la falta de empleo"	Completo	AGENCIAS	Titulares	Noticia	660	Positivo	5		Iniciativa pública	NO	No	No	NO	No
10/4/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/7p-7638	¿Necesitas dinero para emprender? Tu Mejor Préstamo te ayuda a conseguirlo!	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	475	Positivo	3		Iniciativa privada	SI	No	No	NO	No
10/4/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-innovacion/noticias/5633798/03/14/Google-presenta-la-plataforma-Activate-para-ayudar-a-jovenes-a-emprender.html	Google presenta la plataforma Activate para ayudar a jóvenes a emprender	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	475	Positivo	2		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
10/4/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/5633163/03/14/Daniel-Lacalle-los-errores-regulatorios-y-legislativos-no-los-pueden-pagar-los-ciudadanos.html	Daniel Lacalle: "El problema es pensar que por tener un título universitario merecemos un trabajo fijo y garantizado"	Completo	Yolanda García	Economía	Entrevista	2080	Positivo	11		Historia personal	No	No	NO	SI	No
26/4/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5734601/04/14/Sanchez-Maldonado-señala-el-emprendimiento-social-como-herramienta-para-generar-empleo-en-tiempos-de-crisis.html	Sánchez Maldonado señala el emprendimiento social como herramienta para generar empleo en tiempos de crisis	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	711	Positivo	8	Social	Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
26/4/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/espana/noticias/5734137/04/14/El-UCAM-Startup-Day-acercara-el-mundo-del-emprendimiento-a-los-universitarios.html	El 'UCAM Startup Day' acercará el mundo del emprendimiento a los universitarios	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	457	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
26/4/14	expansion.com	http://www.expansion.com/2014/04/25/emprendedores-empiezo/1398440318.html	¿Cuánto cuesta ser emprendedor en España?	Completo	Sin autor	Emprendedores	Noticia	797	Positivo	13		Iniciativa Privada	SI	No	No	SI	No
4/5/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5752810/05/14/El-plazo-para-participar-en-el-Feria-del-Autonomo-de-Aldeamayor-Valladolid-terminara-este-viernes.html	El plazo para participar en el Feria del Autónomo de Aldeamayor (Valladolid) terminará este viernes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	247	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
12/5/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/573409/05/14/El-contrato-indefinido-de-apoyo-al-emprendedor-genero-185000-altas.html	El contrato indefinido de apoyo al emprendedor generó 185.000 altas	Completo	Beatriz Triper	Emprendedores	Noticia	394	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
20/5/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/andalucia/noticias/5791942/05/14/Emprender-en-el-sector-energetico.html	Emprender en el sector energético	Medio	Germán López	CAA	opinión	311	Positivo	0		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
20/5/14	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/efe/2014/05/20/19547091.html	La UE busca la manera de incluir en niños y jóvenes el espíritu emprendedor	Completo	Agencias	Titulares	Noticia	391	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
28/5/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/581890/05/14/Es-posible-emprender-con-una-pop-up-store-con-tan-solo-1000-euros.html	Es posible emprender con una 'pop up store' con tan solo 1.000 euros	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	219	Positivo	2		Iniciativa privada	SI	No	No	No	No
28/5/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5818404/05/14/Un-proyecto-para-diagnosticar-el-TDA4-gana-el-premio-Emprendedor-Siglo-XXI-en-Extremadura.html	Un proyecto para diagnosticar el TDA4 gana el premio Emprendedor Siglo XXI en Extremadura	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	876	Positivo	14		Caso de éxito	No	No	No	SI	SI
28/5/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/5816289/05/14/Fundacion-universia-y-econom360-fomentan-el-emprendimiento-de-personas-con-discapacidad.html	Fundación universia y econm360 fomentan el emprendimiento de personas con discapacidad	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	178	Positivo	4	Social	Iniciativa privada	No	No	No	No	No
28/5/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5834889/05/14/Diez-claves-para-iniciar-con-exito-un-negocio.html	Diez claves para iniciar con éxito un negocio	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	584	Positivo	1		Caso de éxito	No	No	No	SI	SI

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (BARRIDO NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
5/6/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aragon/noticias/5839540/06/14/El-Fondo-Emprendedor-Catalayad-impulsa-tres-nuevos-negocios.html	El fondo Empleado Catalunya impulsa tres nuevos negocios	Completo	Eva Serno	CAA	Noticia	563	Positivo	5		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
5/6/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5839203/06/14/EI-Rincon-del-Emprendedor-del-Ayuntamiento-de-Torrejón-informa-sobre-la-nueva-línea-de-ayudas-financieras.html	El Rincon del Empleado del Ayuntamiento de Torrejón informa sobre la nueva línea de ayudas financieras	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	233	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	No	No	No
5/6/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/empresadepymes/noticias/5839083/06/14/Barcelona-pone-en-marcha-un-mapa-del-ecosistema-emprendedor-de-la-ciudad.html	Barcelona pone en marcha un mapa del ecosistema emprendedor de la ciudad	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	229	Positivo	4		Iniciativa pública	No	NO	NO	Si	No
5/6/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/5838662/06/14/Rsc-el-premio-jose-maria-cervello-impulsa-el-emprendimiento-y-la-innovacion-en-el-ambito-juridico.html	El premio Jose Maria Cervello impulsa el emprendimiento y la innovación en el ámbito jurídico	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	311	Positivo	4	Social	Iniciativa pública	No	No	No	Si	NO
5/6/14	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/efe/2014/06/05/12963023.html	Barcelona pone en marcha un mapa del ecosistema emprendedor de la ciudad	Completo	Agencias	Titulares	Noticia	235	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	No	NO
21/6/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=8104	Si no sabes con qué tipo de negocio emprender, sigue estos pasos	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	284	Positivo	4		Caso de éxito	Si	No	NO	Si	No
29/6/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5901273/06/14/Arabal-fomenta-el-emprendimiento-cultural-entre-un-centenar-de-menores-en-riesgo-de-exclusion-social.html	Arabal fomenta el emprendimiento cultural entre un centenar de menores en riesgo de exclusión social	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	649	Positivo	3	Social	Iniciativa pública	NO	NO	NO	Si	NO
29/6/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/590164/06/14/Caceres-solicitará-el-distintivo-de-Municipio-Emprendedor-Extremeño-por-su-compromiso-en-esta-materia.html	Cáceres solicitará el distintivo de 'Municipio Empleado Extremeño' por su compromiso en esta materia	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	372	Positivo	9		Iniciativa pública	NO	No	NO	Si	No
7/7/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/5920763/07/14/Rsc-revistas-inicia-la-segunda-fase-de-expansion-de-su-proyecto-de-emprendimiento-social.html	Rsc revistas inicia la segunda fase de expansión de su proyecto de emprendimiento social	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	680	Positivo	4	Social	Iniciativa privada	NO	NO	No	Si	No
15/7/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5942316/07/14/Un-estudiante-del-CEU-seleccionado-por-el-Babson-College-de-Boston-para-su-programa-intensivo-de-emprendimiento.html	Un estudiante del CEU, seleccionado por el Babson College de Boston para su programa intensivo de emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	490	Positivo	12		Caso de éxito	No	No	No	No	Si
15/7/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5941717/07/14/Un-total-de-90-personas-quieren-participar-en-el-proyecto-Lanzadera-de-Empleo-y-Emprendimiento-Solidario-de-La-Riqa.html	Un total de 90 personas quieren participar en el proyecto Lanzadera de Empleo y Emprendimiento Solidario de La Riqa	Completo	AGENCIAS	España	noticia	559	Positivo	2	Social	Iniciativa pública	NO	No	NO	Si	No
23/7/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5962345/07/14/Más-de-130-proyectos-andaluces-solicitan-una-plaza-en-el-primero-centro-de-emprendimiento-de-Andalucía-Open-Future.html	Más de 130 proyectos andaluces solicitan una plaza en el primer centro de emprendimiento de Andalucía Open Future	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	584	Positivo	11		Mixto	NO	No	NO	Si	No
31/7/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/5982916/07/14/El-gobierno-y-las-cámaras-de-comercio-acuerdan-potenciar-el-emprendimiento-de-las-mujeres.html	El gobierno y las cámaras de comercio acuerdan potenciar el emprendimiento de las mujeres	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	355	Positivo	3		Iniciativa pública	NO	No	NO	Si	No
31/7/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5982238/07/14/Espacio-SocialGreen-de-emprendimiento-verde-y-social-en-la-Semana-de-la-Educación-2015.html	'Espacio SocialGreen' de emprendimiento verde y social, en la Semana de la Educación 2015	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	447	positivo	9		Mixto	NO	No	NO	Si	No
31/7/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=8275	El emprendedor Jeff Wu recauda un millón de dólares con el robot Anova Precision Cooker	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	344	Positivo	4		Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
8/8/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=8315	El emprendedor Ignacio de Miguel recauda 8.200 euros con su Manual para Tiendas Online	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	273	Positivo	5		Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
8/8/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5999303/08/14/EI-26-por-ciento-de-los-jóvenes-de-bachillerato-mallorquines-quiere-emprender-su-propio-negocio.html	El 26 por ciento de los jóvenes de bachillerato mallorquines quiere emprender su propio negocio	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	462	Positivo	2		Iniciativa privada	No	No	No	No	No
8/8/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/educacion/noticias/5999470/08/14/El-presidente-del-Consejo-Social-UAB-ve-util-sumar-investigacion-y-emprendimiento.html	El presidente Consejo Social UAB ve útil sumar investigación y emprendimiento	Completo	Agencias	Educación	Noticia	553	Positivo	1	Social	Iniciativa pública	Si	No	No	No	No
8/8/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/5999287/08/14/El-Conseil-aprueba-el-proyecto-de-decreto-sobre-el-Reglamento-del-Consejo-Valenciano-del-Empleador.html	El Consell aprueba el proyecto de decreto sobre el Reglamento del Consejo Valenciano del Empleador	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	303	positivo	11		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
8/8/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/empresadepymes/noticias/5982762/07/14/Una-aplicación-ayuda-a-los-emprendedores-a-poner-en-marcha-su-empresa.html	Una aplicación ayuda a los emprendedores a poner en marcha su empresa	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	412	Positivo	6		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPRENDIMIENTOS)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES	
16/8/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/6013694/08/14/Aumenta-la-presencia-de-las-mujeres-en-el-trabajo-autonomo-pero-sigue-a-30-puntos-del-hombre-segun-Utaae.html	Aumenta la presencia de las mujeres en el trabajo autónomo, pero sigue a 30 puntos del hombre, según Utaae	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	416	Positivo	5		Estudio	No	No	No	Si	No	
16/8/14	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/europa_press/2014/08/16/20140816155825.html	Aumenta la presencia de las mujeres en el trabajo autónomo, pero sigue a 30 puntos del hombre, según Utaae	Completo	AGENCIAS	Titulares	Noticia	412	Positivo	5		Estudio	No	No	No	Si	No	
24/8/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/6028217/08/14/Los-Talleres-de-Emprendimiento-para-desempleados-en-CLM-han-contado-con-1017-alumnos-en-2014.html	Los Talleres de Emprendimiento para desempleados en C-LM han contado con 1.017 alumnos en 2014	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	380	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No	
24/8/14	expansion.com	http://www.expansion.com/2014/08/22/emprededores-empleo/empredimiento/1408725045.html	El calendario del emprendedor para el nuevo curso laboral	Completo	Arancha Bustillo	Emprendedores	Reportaje	841	Positivo	8		Normativa	Si	No	No	Si	No	
1/9/14	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2014/09/29/economia/140924288_689929.html	Cómo cobrar el paro siendo autónomo: el Gobierno relaja los requisitos de acceso	Completo	Mario Moreno	Economía	Noticia	868	Positivo	1		Normativa	Si	Si	No	Si	No	
9/9/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aron/noticias/605524/09/14/AJE-Aragon-e-IAF-facilitan-que-los-empresarios-zaragozanos-aprendan-a-superar-el-fracaso-al-emprender.html	AJE Aragón e IAF facilitan que los empresarios zaragozanos aprendan a superar el fracaso al emprender	Completo	Eva Moreno	CAA	Noticia	145	Positivo	4		Iniciativa privada	No	NO	No	Si	No	
9/9/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprededores/?p=8475	KelDoc, una web para encontrar médicos creada por el emprendedor español Eduardo Rostano afincado en Francia	Completo	Oscar Sánchez		Blog	Opinión	296	Positivo	4		Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
9/9/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/6063694/09/14/Se-simplificara-la-tramitacion-para-las-ayudas-al-fomento-del-emprendimiento.html	Se simplificará la tramitación para las ayudas al fomento del emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	278	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No	
17/9/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-franquicias/noticias/6070266/09/14/Mercado-laboral-el-emprendimiento-crece-motivado-por-la-necesidad.html	La dura realidad del emprendimiento: crece por necesidad y la mayoría de empresas no sobrevive	Completo	Camila Pan de Sorluace	Franquicias	Noticia	901	Negativo	16		Fracaso	No	NO	No	Si	No	
17/9/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/6085236/09/14/La-Diputacion-de-Cuenca-busca-captar-talento-emprendedor-a-traves-de-su-web-con-el-programa-Cuenca-abierta-al-talento.html	La Diputación de Cuenca busca captar talento emprendedor a través de su web con el programa "Cuenca abierta al talento"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	166	Positivo	5		Iniciativa pública	No	NO	No	Si	No	
17/9/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprededores-pymes/noticias/5562322/02/14/Siete-consejos-para-ser-un-emprendedor-feliz.html	Siete consejos para ser un emprendedor feliz	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	533	Positivo	3		Caso de éxito	No	NO	No	Si	No	
25/9/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprededores/?p=8613	¿Quieres triunfar con tu proyecto? ¡Septiembre es un buen mes para emprender!	Completo	Oscar Sánchez		Blog	Opinión	297	Positivo	8		Caso de éxito	Si	No	No	No	NO
25/9/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprededores-pymes/noticias/6103473/09/14/El-autonomo-trabaja-mejor-porque-esta-en-juego-su-nombre-no-la-empresa.html	El autónomo trabaja mejor porque está en juego su nombre, no la empresa	Completo	Camila Pan de Sorluace	Emprendedores	Entrevista	339	Positivo	0		Historia personal	Si	No	No	Si	NO	
25/9/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/6105982/09/14/Emigracion-defiende-que-las-ayudas-al-emprendimiento-para-retornados-se-limiten-a-conyuges-e-hijos.html	Emigración defiende que las ayudas al emprendimiento para retornados se limiten a cónyuges e hijos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	511	Neutro	3		Iniciativa pública	NO	No	NO	NO	NO	
25/9/14	expansion.com	http://www.expansion.com/2014/09/25/andalucia/141164675_2.html	Franquicias, oportunidades para el emprendimiento	Completo	Expansión	CAA	Noticia	271	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	No	No	NO	
3/10/14	expansion.com	http://www.expansion.com/2014/10/03/emprededores-empleo/empredimiento/1412126713.html	"Start up" para mascotas, el mejor amigo del emprendedor	Completo	E. Arieta	Emprendedores	Noticia	1017	Positivo	1		Caso de éxito	Si (varios)	Si	No	No	Si	
18/10/14	cinco dias.com	http://cinco dias.com/cinco dias/2014/10/18/emprededores/1413640236_163493.html	Valencia proclama el 27 de noviembre Día del Emprendedor	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	399	Positivo	12		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No	
27/10/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aron/noticias/6193530/10/14/Camara-de-Zaragoza-impulsa-el-emprendimiento-y-la-competitividad-empresarial.html	Cámara de Zaragoza impulsa el emprendimiento y la competitividad empresarial	Completo	Eva Sereno	CAA	Noticia	548	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No	
27/10/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprededores-pymes/noticias/6178303/10/14/Garcia-legaz-pide-a-los-emprendedores-que-se-posicionen-internacionalmente.html	García-Legaz pide a los emprendedores que se posicionen internacionalmente	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	481	Positivo	14		Caso de éxito	No	No	No	Si	No	
27/10/14	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/6192829/10/14/Una-jornada-en-Merida-presenta-las-posibilidades-de-emprendimiento-y-o-empleo-que-ofrece-el-turismo-cultural.html	Una jornada en Mérida presentará las posibilidades de emprendimiento y/o empleo que ofrece el turismo cultural	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	233	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	NO	Si	No	

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPRENDE- NIUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRAFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
27/10/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6192350/10/14/Educación-y-la-Caixa-fomentan-el-emprendimiento-en-50-IES-de-la-Región-a-través-del-teatro-y-la-formación.html	Educación y la Caixa fomentan el emprendimiento en 50 IES de la Región a través del teatro y la formación	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	951	Positivo	8		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
4/11/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6216808/11/14/Asciende-un-1383-la-tasa-de-actividad-emprendedora-en-Extremadura-y-más-del-10-por-ciento-tiene-previsto-emprender.html	Asciende un 13,83% la tasa de actividad emprendedora en Extremadura y más del 10 por ciento tiene previsto emprender	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	984	Positivo	15		Estudio	No	No	No	Si	No
4/11/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6216711/11/14/IAJ-y-UPTA-Andalucía-colaboran-en-el-fomento-del-emprendimiento-entre-los-jóvenes.html	IAJ y UPTA-Andalucía colaboran en el fomento del emprendimiento entre los jóvenes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	293	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
4/11/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6215596/11/14/Un-emprendedor-de-Palma-viajará-a-Silicon-Valley-después-de-que-su-web-haya-sido-elegida-la-mejor-idea-de-YUZZ-Palma.html	Un emprendedor de Palma viajará a Silicon Valley después de que su web haya sido elegida la mejor idea de YUZZ Palma	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	385	positivo	3		Caso de éxito	No	No	No	Si	Si
4/11/14	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/efe/2014/11/04/20080345.html	ATA dice que la tendencia es de crecimiento y destaca el papel del autónomo	Completo	Agencias	Titulares	Noticia	277	Positivo	0		Estudio	No	No	No	Si	No
4/11/14	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2014/11/03/emprendera-dora/1415014161_837208.html	Aún se puede ser el mejor emprendedor de 2014	Completo	Lucía Vera Herás	Emprendedores	Noticia	341	Positivo	6		Mixto	si	No	No	Si	No
12/11/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=8855	El emprendedor Carlos Hernández traduce al braille la información web de protección de datos	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinón	269	Positivo	5	Social	Caso de éxito	Si	No	ND	No	Si
12/11/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6233170/11/14/Un-emprendedor-abre-en-Caceres-la-mayor-clinica-dental-de-Espana.html	Un emprendedor abre en Cáceres la mayor clínica dental de España	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	176	Positivo	5		Caso de éxito	No	No	No	No	Si
12/11/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6236449/11/14/La-ULL-y-la-Cámara-ofrecen-una-charla-sobre-las-claves-para-emprender.html	La ULL y la Cámara ofrecen una charla sobre las claves para emprender	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	191	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	ND	Si	No
20/11/12	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6261782/11/14/UPTA-reclama-una-redistribución-de-las-partidas-asignadas-al-trabajo-autónomo-y-más-dotación-presupuestaria.html	UPTA-A reclama una redistribución de las partidas asignadas al trabajo autónomo y más dotación presupuestaria	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	448	Negativo	1		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
20/11/12	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6261666/11/14/Ser-Emprendedor-cierra-su-tercera-edición-con-la-participación-de-más-de-3000-visitantes.html	Ser Emprendedor cierra su tercera edición con la participación de más de 3.000 visitantes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	390	Positivo	9		Iniciativa pública	No	ND	ND	Si	ND
20/11/12	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6261431/12/14/El-Ministerio-de-Empleo-y-Seguridad-Social-recibe-el-III-Premio-de-impulso-al-Autónomo-por-la-tarifa-plana-de-50-euros.html	El Ministerio de Empleo y Seguridad Social recibe el III Premio de impulso al Autónomo por la tarifa plana de 50 euros	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1155	Positivo	10		Iniciativa pública	ND	Si	No	Si	No
20/11/12	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6259332/11/14/Marrakech-se-convierte-en-la-capital-mundial-del-emprendimiento.html	Marrakech se convierte en la capital mundial del emprendimiento	Completo	Eleconomista .es	españa	Noticia	375	Positivo	5		Iniciativa pública	NO	NO	NO	Si	NO
20/11/12	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2014/11/20/autonomo s/1416487326_671082.html	Chino y comerciante, el perfil del autónomo extranjero	Completo	Lucía Vera Herás	Emprendedores	Noticia	347	Neutro	3		Estudio	Si	No	No	Si	No
28/11/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6305086/11/14/Javier-Ureña-entrega-el-diploma-al-emprendedor-del-mes-de-noviembre-Aitor-Esnal-y-Beatriz-Martínez-por-Wine-Fandangos.html	Javier Ureña entrega el diploma al emprendedor del mes de noviembre Aitor Esnal y Beatriz Martínez por Wine Fandangos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	257	Positivo	11		Caso de éxito	ND	No	No	Si	Si
6/12/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6306709/12/14/Dos-charlas-abordarán-en-Pamplona-el-crowdfunding-para-el-emprendimiento-y-la-conciliación.html	Dos charlas abordarán en Pamplona el crowdfunding para el emprendimiento y la conciliación	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	312	Positivo	3		Iniciativa pública	No	ND	ND	Si	No
6/12/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6306182/12/14-La-Diputación-promueve-en-Bolivia-proyectos-de-emprendimiento-y-capacitación-laboral.html	La Diputación promueve en Bolivia proyectos de emprendimiento y capacitación laboral	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	320	Positivo	1	Social	Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
22/12/14	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6346123/12/14/Pamplona-cantará-el-próximo-año-con-dos-Lanzaderas-de-empleo-y-emprendimiento-solidario.html	Pamplona cantará el próximo año con dos Lanzaderas de empleo y emprendimiento solidario	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	613	Positivo	6	Social	Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
30/12/14	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6360534/12/14/Andrés-Manso-consejero-delegado-de-Incubio-elegido-Emprendedor-del-año.html	Andrés Manso, consejero delegado de Incubio, elegido 'Emprendedor del año'	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	223	Positivo	4		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
30/12/14	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2014/12/29/emprendera-dora/1419879151_742128.html	Madrid, mejor ciudad de España para emprender	Completo	Nán García Iglesias	Emprendedores	Noticia	385	Positivo	8		Caso de éxito	ND	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND. NUM. VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
7/1/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=912	Motivos para emprender y abrir un negocio	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	313	Positivo	9		Caso de éxito	Si	No	No	No	No
15/1/15	expansion.com	http://www.expansion.com/2015/01/15/emprendedores-empiegan/emprendimiento/142184648.html	Juan Rog inyecta 20 millones adicionales en su brazo emprendedor	Completo	Julia Bines	Emprendedores	Noticia	575	Positivo	9		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No
15/1/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aragon/noticias/6395413/01/15/Banterra-y-la-Asociacion-Aragonesa-de-Emprendedores-se-alian-para-impulsar-el-emprendimiento.html	Banterra y la Asociación Aragonesa de Emprendedores se alían para impulsar el emprendimiento	Completo	Eva Sereno	CCAA	Noticia	658	Positivo	12		Mito	No	No	No	Si	No
15/1/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=9064	¿Buscas ayuda para emprender? (Descubre estas apps)	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	314	Positivo	6		Caso de éxito	Si	No	No	No	No
15/1/15	eleconomista.es	http://ecauala.eleconomista.es/ecauala-emprendedores/noticias/6385581/01/15/Profesores-de-ESO-y-Secundaria-implementan-una-metodologia-para-fomentar-la-iniciativa-y-emprendimiento-de-sus-alumnos.html	Profesores de ESO y Secundaria implementan una metodología para fomentar la iniciativa y emprendimiento de sus alumnos	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	361	Positivo	3		Iniciativa privada	Si	No	No	No	No
15/1/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-franquicias/noticias/6392969/01/15/Animar-a-emprender-esta-bien-pero-modernizar-el-pais-pasa-por-hacer-mas-cosas-que-campañas-mediticas.html	"Animar a emprender está bien, pero modernizar el país pasa por hacer más cosas que campañas médicas"	Completo	Lourdes Marín	Franquicias	Noticia	755	Positivo	6		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
15/1/15	chocobacom	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/01/14/emprendedores/1421250783_728113.html	Ayudas al emprendimiento para proyectos culturales	Completo	Iván García Iglesias	Emprendedores	Noticia	364	Positivo	1		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No
23/1/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=9504	Generar rentabilidad en un Proyecto Emprendedor	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	1min 44seg	Positivo	0		Otros	Si (vídeo: 1'44")	No	No	No	No
23/1/15	chocobacom	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/01/23/emprendedores/1422011432_930786.html	El 99% de los emprendedores volvería a emprender	Completo	Lucía Vera Hervás	Emprendedores	Noticia	384	Positivo	16		Estudio	Si	No	No	Si	No
23/1/15	chocobacom	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/01/23/emprendedores/1422000963_549688.html	El decálogo del emprendedor antes de haber emprendido	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	419	Positivo	9		Caso de éxito	Si	No	NO	Si	No
8/2/15	expansion.com	http://www.expansion.com/2015/02/06/emprendedores-empiegan/emprendimiento/1423249907.html	Qué le duele hoy al emprendedor	Completo	Tino Fernández	Emprendedores	Noticia	1754	Positivo	25		Caso de éxito	Si	Si	No	Si	Si
8/2/15	expansion.com	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6451557/02/15/Los-paises-de-Africa-se-lanzan-a-emprender-pese-al-estanco-poco-competitivo.html	Los países de África se lanzan a emprender pese al entorno poco competitivo	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	449	Positivo	11	Social	Caso de éxito	No	No	No	Si	No
16/2/15	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6480205/02/15/La-Escuela-de-Emprendimiento-de-la-Diputacion-de-Badajoz-cierra-2014-con-102-beneficiarios-y-19-ideas-de-negocio.html	La Escuela de Emprendimiento de la Diputación de Badajoz cierra 2014 con 102 beneficiarios y 19 ideas de negocio	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	446	Positivo	7		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
24/2/15	eleconomista.es	http://ecauala.eleconomista.es/ecauala-emprendedores/noticias/650344/02/15/CECE-premia-a-cuatro-colegios-de-Baleares-Andalucia-Madrid-y-Galicia-por-promover-el-emprendimiento-juvenil.html	CECE premia a cuatro colegios de Baleares, Andalucía, Madrid y Galicia por promover el emprendimiento juvenil	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	399	Positivo	7		Caso de éxito	Si	No	NO	Si	NO
24/2/15	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6503227/02/15/La-LUPD-acoge-la-celebracion-de-las-II-Jornadas-de-Emprendimiento-Social.html	La LUPD acoge la celebración de las II Jornadas de Emprendimiento Social	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	488	Positivo	11	Social	Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
24/2/15	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6503094/02/15/Colegio-San-Francisco-de-Paula-lanza-una-guia-de-recomendaciones-para-fomentar-el-emprendimiento-en-los-ninos.html	Colegio San Francisco de Paula lanza una guía de recomendaciones para fomentar el emprendimiento en los niños	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1161	positivo	11		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
24/2/15	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6502925/02/15/La-UMA-acoge-en-octubre-un-encuentro-del-Grupo-Tordillas-centrado-en-empredimiento-y-creacion-de-empresas.html	La UMA acogerá en octubre un encuentro del Grupo Tordillas centrado en emprendimiento y creación de empresas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	384	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
24/2/15	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/6501914/02/15/Cyl-a-la-cabeza-de-jovenes-que-se-decantan-por-emprender-como-opcion-de-futuro-el-38,3-por-ciento-segun-un-estudio.html	Cyl a la cabeza de jóvenes que se decantan por emprender como opción de futuro, el 38,3 por ciento, según un estudio	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	490	Positivo	5		Estudio	No	No	No	Si	No
24/2/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/6501871/02/15/Uno-de-cada-dos-espanoles-reivindica-una-mayor-educacion-en-empredimiento.html	Uno de cada dos españoles reivindica una mayor educación en emprendimiento	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	424	Positivo	14		Estudio	No	No	No	Si	No
24/2/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6501007/02/15/El-empredimiento-en-Espana-esta-aun-fase-inicial.html	El emprendimiento en España está aún fase inicial	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	677	Positivo	8		Estudio	Si	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREN- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
24/2/15	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/europa_prensa/2015/02/24/20150224155144.html	India pone en marcha junto a la UMH un Máster Universitario en Emprendimiento en Tecnologías de la Información	Completo	AGENCIAS	Titulares	Noticia	482	Positivo	3		Mixto	No	No	No	Si	No
24/2/15	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/02/23/emprendedores/1424708388_880561.html	Aspectos positivos y negativos de emprender desde casa	Completo	María Marco Carrillo	Emprendedores	Noticia	661	Positivo	7		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
24/2/15	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/02/23/autonomos/1424707532_272529.html	Cuánto tiene que ingresar un autónomo para no ser ni millonista	Completo	Isán García Iglesias	Emprendedores	Noticia	487	Positivo	3		Normativa	Si	No	No	Si	No
4/3/15	eleconomista.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/6526089/03/15/Casi-3000-alumnos-de-colegios-e-institutos-desarrollan-su-espiritu-empresarial-creando-127-miniempresas-en-aulas.html	Casi 3.000 alumnos de colegios e institutos desarrollarán su espíritu emprendedor creando 127 "miniempresas" en aulas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	466	Positivo	7		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
4/3/15	eleconomista.es	http://ecoaula.eleconomista.es/ecoaula-emprendedores/noticias/652612/03/15/IEBS-pone-en-marcha-La-semana-del-empresario-un-evento-de-creacion-de-startups-online.html	IEBS pone en marcha "La semana del emprendedor", un evento de creación de startups online	Completo	AGENCIAS	Emprendedores	Noticia	477	Positivo	11		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No
4/3/15	eleconomista.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/6525907/03/15/La-Obra-Social-de-Ibercaja-apuesta-en-La-Rioja-por-el-emprendimiento-innovacion-y-actividad-asistencial.html	La Obra Social de Ibercaja apuesta en La Rioja por el emprendimiento, innovación y actividad asistencial	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	775	Positivo	15	Social	Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
4/3/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/Noticias/empresarios/7p=9380	El emprendedor Albert Dedue crea Instant Karma, la primera red social de voluntariado	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	374	Positivo	5	Social	Caso de éxito	Si	No	No	No	Si
4/3/15	eleconomista.es	http://ecoaula.eleconomista.es/universidades/noticias/652526/03/15/El-Foro-de-Postgrado-acege-un-nuevo-espacio-de-emprendimiento-social.html	El Foro de Postgrado acege un nuevo espacio de emprendimiento social	Completo	N. García	Educación	Noticia	545	Positivo	5	Social	Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
4/3/15	expansion.com	http://www.expansion.com/2015/03/04/emprendedores-empleo/1425493494.html	¿Dejarías un cargo directivo para ser emprendedor?	Completo	Arancha Bustillo	Emprendedores	Noticia	842	Positivo	4		Caso de éxito	Si	Si	No	Si	Si
4/3/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/firmas/noticias/6524713/03/15/EL-ESPIRITU-EMPRENDEDOR-DE-LAS-INSTITUCIONES-PUBLICAS.html	El artificial discurso emprendedor de las instituciones públicas	Completo	José Luis Larrea	Opinión	Opinión	656	Negativo	13		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
4/3/15	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/03/03/economia/1425412333_734294.html	Formación y emprendimiento, claves para generar empleo	Completo	Manuel G. Pascual	Economía	Noticia	634	Positivo	4		Otros	Si	No	No	Si	No
12/3/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/Noticias/empresarios/7p=9703	Impulsa la investigación médica con un proyecto emprendedor como TrailReach	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	273	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
12/3/15	eleconomista.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/6548877/03/15/UCAV-y-empresarios-celebran-el-19-de-marzo-una-jornada-para-apoyar-el-emprendimiento.html	UCAV y empresarios celebran el 19 de marzo una jornada para apoyar el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	145	Positivo	1		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
12/3/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/6548832/03/15/Economia-Laboral-Mas-de-376000-jovenes-se-han-beneficiado-de-la-Estrategia-de-Emprendimiento-y-Empleo-Joven.html	Más de 376.000 jóvenes se han beneficiado de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	251	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
12/3/15	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/europa_prensa/2015/03/12/20150312145156.html	Más de 376.000 jóvenes se han beneficiado de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven	Completo	AGENCIAS	Titulares	Noticia	251	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
12/3/15	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/03/11/emprendedores/1426089113_085443.html	15 reglas de poker que sirven para emprender	Completo	Isán García Iglesias	Emprendedores	Reportaje	406	Positivo	2		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
12/3/15	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/efe/2015/03/12/20505839.html	Emprendedor español quiere convertir las llaves de casa en objeto del pasado	Completo	Agencias	Titulares	Noticia	736	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
20/3/15	eleconomista.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/6559849/03/15/ESADE-y-Banco-Santander-promueven-el-emprendimiento-y-la-puesta-en-marcha-de-ideas-de-negocio-en-Espana.html	ESADE y Banco Santander promueven el emprendimiento y la puesta en marcha de ideas de negocio en España	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	166	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
20/3/15	eleconomista.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/6559301/03/15/Un-total-de-164-proyectos-empresariales-un-31-mas-que-en-2014-optan-a-las-ayudas-del-programa-Impulso-empresarial.html	Un total de 164 proyectos empresariales, un 31% más que en 2014, optan a las ayudas del programa "Impulso emprendedor"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	532	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
20/3/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6568984/03/15/Madrid-impulsa-el-emprendimiento-de-la-mano-de-grandes-casos-de-exito.html	Madrid impulsa el emprendimiento de la mano de grandes casos de éxito	Completo	Camila Pan de Soralue	Emprendedores	Noticia	391	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	No	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSION	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NIUM VICES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRAFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
5/4/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6606103/04/15/Los-emprendedores-tienen-hasta-el-10-de-abril-para-participar-en-los-Premios-Emprendedor-XXI.html	Los emprendedores tienen hasta el 10 de abril para participar en los Premios Emprendedor XXI	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	327	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	No	No
13/4/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/editoriales/noticias/6624504/04/15/EI-emprendimiento-crece-pese-a-las-trabas.html	El emprendimiento crece pese a las trabas	Completo	EDITORIAL	Opinión	opinión	114	Positivo	1		Caso de éxito	No	No	No	No	No
13/4/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6625172/04/15/Innovacion-y-experiencia-las-principales-cualidades-del-emprendedor-espanol.html	Innovación y experiencia, principales cualidades del emprendedor español	Completo	Agencias	Emprendedores	Reportaje	304	Positivo	10		estudio	Si	No	No	Si	No
13/4/15	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/04/13/emprendedores/1428908340_349444.html	Moratorias en el pago de hipoteca para emprender un negocio	Completo	Jose Antonio Calvo Mantecón	Emprendedores	Entrevista	2006	Positivo	24		Normativa	Si	No	No	Si	No
21/4/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6648726/04/15/Obra-Social-La-Caixa-selecciona-un-programa-guipuzcoano-de-experimentacion-horticola-por-su-emprendimiento-social.html	Obra Social La Caixa selecciona un programa guipuzcoano de experimentación hortícola por su emprendimiento social	Completo	AGENCIAS	España	noticia	228	Positivo	1	Social	Iniciativa privada	No	No	No	No	No
21/4/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6648360/04/15/La-Obra-Social-La-Caixa-selecciona-un-proyecto-gaditano-en-la-cuarta-edicion-del-Programa-de-Emprendimiento-Social.html	La Obra Social La Caixa selecciona un proyecto gaditano en la cuarta edición del Programa de Emprendimiento Social	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	734	Positivo	7	Social	Iniciativa privada	No	No	No	No	No
21/4/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/6648823/04/15/DH-participa-en-el-Dia-del-Emprendedor-de-la-Comunidad-de-Madrid.html	DH participa en el Día del Emprendedor de la Comunidad de Madrid	Completo	SIN AUTOR	Economía	Noticia	752	Positivo	3		Iniciativa privada	No	No	No	No	No
21/4/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6646546/04/15/erez-CAD3-acege-este-martes-la-gala-de-entrega-de-Premios-AIE-Andalucia-2015-bajo-el-lema-La-locura-de-emprender.html	Ierez (CAD3) acoge este martes la gala de entrega de Premios AIE Andalucía 2015 bajo el lema 'La locura de emprender'	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	321	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
21/4/15	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/04/20/emprendedores/1429527066_878775.html	Los jóvenes en España creen que el Estado no ayuda a emprender	Completo	Tereza Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	369	Positivo	9		Fracaso	No	Si	No	NO	NO
29/4/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6670888/04/15/Los-andaluces-se-lanzan-a-emprender-motivados-por-la-vuelta-al-mercado-laboral-segun-un-estudio.html	Los andaluces se lanzan a emprender motivados por la vuelta al mercado laboral según un estudio	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	409	Positivo	13		estudio	No	No	No	Si	No
29/4/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6670436/04/15/Sánchez-Malbonado-defiende-que-el-apoyo-al-emprendimiento-sera-un-elemento-basico-en-el-objetivo-de-crear-empleo.html	Sánchez Malbonado defiende que el apoyo al emprendimiento será un "elemento básico" en el objetivo de crear empleo	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1128	Positivo	33		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
29/4/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=10069	El campamento de verano Topcolonias fomenta el espíritu emprendedor de los jóvenes	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	272	Positivo	8		Iniciativa privada	Si	No	No	No	No
7/5/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6691685/05/15/Los-consorcios-de-desarrollo-locales-recibirán-396200-euros-para-fomentar-iniciativas-de-emprendimiento.html	Los consorcios de desarrollo locales recibirán 396.200 euros para fomentar iniciativas de emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	317	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
7/5/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=9843	Grace Thomas, una muñeca que anima a emprender	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	295	Positivo	7		Caso de éxito	Si	Si	No	Si	No
15/5/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6714548/05/15/El-Indec-y-AIE-entregan-el-Reconocimiento-al-Emprendedor-a-la-empresa-Tutto-Córdoba.html	El Indec y AIE entregan el 'Reconocimiento al Empleado' a la empresa Tutto Córdoba	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	422	Positivo	2		Mixto	No	No	No	Si	No
15/5/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aragon/noticias/6714550/05/15/El-PSOE-constituirá-un-Consejo-del-Trabajo-Autónomo.html	El PSOE constituirá un Consejo del Trabajo Autónomo	Completo	AGENCIAS	CAA	Noticia	933	Positivo	5		Iniciativa pública	No	Si	No	Si	No
15/5/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6713662/05/15/Lambán-PSOE-constituirá-un-Consejo-Aragones-del-Trabajo-Autónomo.html	Lambán (PSOE) constituirá un Consejo Aragonés del Trabajo Autónomo	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	947	Positivo	5		Iniciativa pública	No	Si	No	Si	No
31/5/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6755329/05/15/Andalucía-Emprende-y-la-Universidad-Loyola-suman-esfuerzos-para-fomentar-el-emprendimiento-en-la-comunidad-universitaria.html	Andalucía Emprende y la Universidad Loyola suman esfuerzos para fomentar el emprendimiento en la comunidad universitaria	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	504	Positivo	21		Mixto	No	No	No	Si	No
8/6/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=10280	ALLSTARTUP busca talento emprendedor	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	408	Positivo	11		Iniciativa privada	Si (2)	No	No	Si	No
8/6/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/6777820/06/15/David-Sánchez-presenta-mañana-en-la-Cámara-de-Comercio-de-Valladolid-su-obra-El-libro-de-ruta-del-Emprendedor.html	David Sánchez presenta mañana en la Cámara de Comercio de Valladolid su obra 'El libro de ruta del Empleado'	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	706	Positivo	16		Caso de éxito	No	No	No	Si	Si

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (MÁXIMO NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTO DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
16/6/15	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2015/06/12/emprendedores/143412706_786503.html?ref=rs&format=imple&link-link	Requisitos para que a un extranjero le den un visado como emprendedor	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	408	Neutro	7		Normativa	SI	No	No	SI	No
24/6/15	economiá.es	http://www.economiá.es/emprendedores-innova/noticia/681235/06/15/La-innovacion-como-clave-del-emprendimiento-la-receta-de-los-participantes-en-impulsando-Emprendedores.html	La innovación como clave del emprendimiento: la receta de los participantes en Impulsando Emprendedores	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	346	Positivo	11		Iniciativa privada	NO	NO	No	SI	No
24/6/15	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2015/06/24/empresas/1435139266_599084.html	Emprender en un entorno relajado	Completo	Merce Redondo	Empresas	Noticia	585	Positivo	10		Iniciativa privada	SI	SI	No	SI	No
27/7/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/empresas-fondata/noticia/684030/07/15/Telefonica-presenta-sus-propuestas-orientadas-al-talento-joven-la-tecnología-y-el-emprendimiento.html	Telefonía presentó sus propuestas orientadas al talento joven, la tecnología y el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	238	Positivo	1		Iniciativa privada	NO	No	No	SI	No
27/7/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/ecodua-emprendedores/noticia/684069/07/15/Políticos-y-emprendedores-presentan-sus-propuestas-para-mejorar-el-ecosistema-empresarial-en-la-clausura-de-los-programas-de-empresariado-de-Deusto-Business-School.html	Políticos y emprendedores presentan sus propuestas para mejorar el ecosistema emprendedor español en la clausura de los programas de emprendimiento de Deusto Business School	Completo	Ecodua.es	Emprendedores	Noticia	410	Positivo	11		Mixto	SI	No	No	SI	No
27/7/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/espana/noticia/684081/07/15/Empleador-canario-crea-desde-cero-en-China-una-empresa-de-apoyo-a-importadores-españoles.html	Empleador canario crea 'desde cero' en China una empresa de apoyo a importadores españoles	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	322	Positivo	1		Caso de éxito	NO	No	No	SI	SI
27/7/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/campus/noticia/684070/07/15/Telefonica-presenta-en-INNOVATION-propuestas-de-talento-joven-tecnología-y-empresariado.html	Telefonía presenta en INNOVATION propuestas de talento joven, tecnología y emprendimiento	Completo	Ecodua.es	Educación	Noticia	584	Positivo	0		Iniciativa privada	SI	No	No	SI	No
27/7/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/universidades/noticia/683944/07/15/La-UNED-entrega-los-premios-de-los-primeros-Programas-de-Empresariado-Universitario.html	La UNED entrega los Premios de los primeros Programas de Emprendimiento Universitario	Completo	Ecodua.es	Educación	Noticia	445	Positivo	2		Iniciativa pública	SI	No	No	SI	No
10/7/15	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2015/07/09/emprendedores/143647640_786841.html?ref=rs&format=imple&link-link	Impulsar el emprendimiento en la industria aeroespacial	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	290	Positivo	1		Iniciativa privada	SI	No	No	SI	No
3/8/15	economiá.es	http://www.economiá.es/gestion-emprearial-noticia/691386/08/15/La-innovacion-clave-para-el-empresariado-que-apuesta-por-el-mundo-de-la-cultura.html	La innovación, clave para el emprendedor que apuesta por el mundo de la cultura	Completo	Ara García	Emprendedores	Noticia	646	Positivo	3		Otros	SI	No	No	SI	No
3/8/15	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2015/07/31/economia/143836843_182975.html?ref=rs&format=imple&link-link	Cómo cotizar a la Seguridad Social si se es autónomo eventual	Completo	Amada Andrades	Economía	Noticia	1821	Positivo	2		Normativa	SI	SI	SI	SI	No
11/8/15	expansion.com	http://www.expansion.com/directivos/estilo-vida/estilo-vida/2015/08/11/56c99472863e6d748456e.html	Emprendimiento social para salvar a madres adolescentes en Colombia	Completo	Mercedes Serrallier	Emprendedores	Reportaje	410	Positivo	2	Social	Caso de éxito	SI	No	No	No	SI
11/8/15	cinco dias.com	https://cinco dias.com/cinco dias/2015/08/11/autonomo-v/1439302307_537360.html	Autónomo de responsabilidad limitada: qué es y ventajas	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	405	Neutro	1		Normativa	SI	No	No	SI	No
19/8/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/ecodua-emprendedores/noticia/686481/08/15/96-de-los-jovenes-españoles-querrian-empresariado-pero-pueden.html	El 96% de los jóvenes españoles querrian empresariado pero... ¿pueden?	Completo	Ecodua.es	Emprendedores	Noticia	424	Positivo	9		Caso de éxito	SI	No	No	SI	SI
27/8/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/espana/noticia/696230/08/15/La-Madrid-aprovecha-la-creacion-de-la-Mesa-del-Autonomo-que-se-encargara-de-ampliar-la-tarifa-plana-a-12-meses.html	ATA Madrid aprovecha la creación de la Mesa del Autónomo, que se encargará de ampliar la tarifa plana a 12 meses	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	248	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
27/8/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/espana/noticia/696240/08/15/La-Junta-organiza-el-I-Foro-Internacional-de-Empresariado-con-la-participacion-de-mas-de-200-expertos.html	La Junta organiza el I Foro Internacional de Emprendimiento con la participación de más de 200 expertos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	594	Positivo	18		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
27/8/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/espana/noticia/696237/08/15/Engracia-Hidalgo-anuncia-la-creacion-de-la-Mesa-del-Autonomo-y-de-la-Economía-Social.html	Engracia Hidalgo anuncia la creación de la Mesa del Autónomo y de la Economía Social	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	374	Positivo	7	Social	Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
4/9/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/espana/noticia/696934/09/15/Masaelén-Diputación-trabaja-en-la-nueva-conocatoria-para-acceder-al-Centro-Provincial-de-Empresariado-en-Geotil.html	Másaelén-Diputación trabaja en la nueva convocatoria para acceder al Centro Provincial de Emprendimiento en Geotil	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	272	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
26/9/15	economiá.es	http://ecodiario.economiá.es/espana/noticia/703336/09/15/Un-empresariado-que-va-a-Silicon-Valley-gracias-a-su-app-para-conocer-Palma-mediante-juegos.html	Un emprendedor gana un viaje a Silicon Valley gracias a su app para conocer Palma mediante juegos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	351	Positivo	5		Caso de éxito	No	No	No	SI	SI
26/9/15	economiá.es	http://www.economiá.es/economia/noticia/703289/09/15/Industria-organiza-una-gira-por-diez-ciudades-españolas-para-impulsar-el-empresariado.html	Industria organiza una gira por diez ciudades españolas para impulsar el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	260	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (MÁXIMO: NUM. VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
28/9/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7032878/09/15/La-Feria-Mundo-rural-y-emprendimiento-con-perspectiva-se-dedica-a-la-mujer.html	La feria 'Mundo rural y emprendimiento con perspectiva' se dedica a la mujer	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	404	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
28/9/15	euromission.com	http://www.euromission.com/agencia/europa_prensa/2015/09/28/20150928132947.html	Industria organiza una gira por diez ciudades españolas para impulsar el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	256	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
28/9/15	elcomista.es	http://www.elcomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7032313/09/15/Como-montar-un-negocio-propio-sin-dejar-de-trabajar-para-otra-empresa.html	Cómo montar un negocio propio sin dejar de trabajar para otra empresa	Completo	Loureds Marin	Emprendedores	Noticia	773	Positivo	4		Caso de éxito	SI	SI	No	SI	No
6/10/15	elcomista.es	http://www.elcomista.es/aragon/noticias/7054302/10/15/Las-principales-claves-para-emprender-en-un-mercado-global.html	Las principales claves para emprender en un mercado global	Completo	Eva Sereno	CAA	Noticia	868	Positivo	13		Caso de éxito	No	No	No	SI	No
6/10/15	elcomista.es	http://ecaualia.eleconomista.es/ecaualia-emprendedores/noticias/7053222/10/15/Abierta-la-inscripcion-al-programa-de-formacion-de-docentes-que-se-realizara-en-Barcelona-Aprender-a-Emprender.html	Abierta la inscripción al programa de formación de docentes, que se realizará en Barcelona, "Aprender a Emprender"	Completo	Ecaualia.es	Emprendedores	Noticia	711	Positivo	20		Iniciativa pública	SI	No	No	SI	No
6/10/15	elcomista.es	http://www.elcomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7052707/10/15/José-Barea-:Decidí-emprender-porque-estaba-al-borde-del-precipicio.html	José Barea: "Decidí emprender porque estaba al borde del precipicio"	Completo	Agencias	Emprendedores	Noticia	316	Positivo	3		Caso de éxito	SI	No	No	No	SI
6/10/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7052311/10/15/Discapacidad-fic-inserta-imparte-en-madrid-un-seminario-de-emprendimiento-para-personas-con-discapacidad.html	Discapacidad. Fic inserta imparte en Madrid un seminario de emprendimiento para personas con discapacidad	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	275	Positivo	5	Social	Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
6/10/15	elcomista.es	http://www.elcomista.es/blog/emprendedores/7p-11000	El emprendedor Tomás Santoro nos ayuda a crear una empresa de éxito	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	534	Positivo	8		Caso de éxito	SI	No	No	No	No
14/10/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7072483/10/15/Arrancan-este-Jueves-Los-Jueves-al-Sol-de-la-UHU-un-foro-de-emprendimiento-social-como-motor-de-cambio.html	Arrancan este Jueves 'Los Jueves al Sol' de la UHU, un foro de emprendimiento social como motor de cambio	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	432	Positivo	4	Social	Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
14/10/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7071525/10/15/Banco-Santander-y-la-Universidad-de-Santiago-fomentaran-el-emprendimiento-la-captacion-de-talento-y-la-investigacion.html	Banco Santander y la Universidad de Santiago fomentarán el emprendimiento, la captación de talento y la investigación	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	368	Positivo	3		Mixto	No	No	No	SI	No
22/10/15	elcomista.es	http://www.elcomista.es/aragon/noticias/7092584/10/15/Epic-Power-Converters-recibe-el-Premio-al-Emprendimiento-Iberus-Emprende.html	Epic Power Converters recibe el Premio al Emprendimiento 'Iberus Emprende'	Completo	Eva Sereno	CAA	Noticia	175	Positivo	3		Caso de éxito	No	No	No	SI	No
22/10/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7091904/10/15/El-foro-Ser-Emprender-propone-el-prximo-miércoles-las-claves-para-poner-en-marcha-una-idea-de-negocio.html	El foro Ser Emprender propone el próximo miércoles las claves para poner en marcha una idea de negocio	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1015	Positivo	17		Mixto	No	No	No	SI	No
30/10/15	elcomista.es	http://ecaualia.eleconomista.es/campus/noticias/7112583/10/15/La-UNED-y-el-Consejo-General-de-Químicos-promoverán-la-formación-las-prácticas-en-empresas-y-el-emprendimiento.html	La UNED y el Consejo General de Químicos promoverán la formación, las prácticas en empresas y el emprendimiento	Completo	Sin autor	Educación	Noticia	133	Positivo	1		Iniciativa privada	SI	No	No	SI	No
23/11/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7168683/11/15/La-UVa-y-Fundación-Vodafone-organizan-un-curso-para-universitarios-con-discapacidad-sobre-empleo-NNIT-y-emprendimiento.html	La UVA y Fundación Vodafone organizan un curso para universitarios con discapacidad sobre empleo, NNIT y emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	277	Positivo	2	Social	Mixto	No	NO	NO	SI	No
23/11/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7167892/11/15/Acoge-un-emprendedor-en-su-empresa-pretende-unir-lazos-entre-empresarios-y-emprendedores.html	Acoge un emprendedor en su empresa: pretende unir lazos entre empresarios y emprendedores	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	484	Positivo	17		Iniciativa privada	No	NO	NO	SI	No
1/12/15	elcomista.es	http://www.elcomista.es/aragon/noticias/7189624/12/15/Aragon-preparara-leyes-de-emprendimiento-y-de-venta-de-proximidad-de-productos-alimentarios.html	Aragón preparará leyes de emprendimiento y de venta de proximidad de productos alimentarios	Completo	Eva Sereno	CAA	Noticia	143	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
1/12/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7189567/12/15/Herrera-anuncia-la-creacion-del-Consejo-del-Autonomo-para-el-segundo-semester-de-2016.html	Herrera anuncia la creación del Consejo del Autónomo para el segundo semestre de 2016	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	345	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
1/12/15	cincooas.com	https://cincooas.elpais.com/cincooas/2015/11/30/emprededores/144889588_665178.html	Un emprendedor español crea un portal de pago por uso en sanidad privada	Completo	Idán García Iglesias	Emprendedores	Noticia	321	Positivo	2		Caso de éxito	SI	No	No	SI	NO
9/12/15	elcomista.es	http://www.elcomista.es/valenciana/noticias/7208673/12/15/Fiscalidad-contra-el-emprendimiento-El-«exit-tax».html	¿Fiscalidad contra el emprendimiento? El "exit tax"	Completo	Economistas	CAA	Opinión	578	Positivo	8		Normativa	SI	No	NO	SI	No
9/12/15	elcomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7207822/12/15/De-Miguel-Ca-aboga-por-invertir-en-IO-ya-que-genera-trabajo-y-abre-una-ventana-al-emprendimiento.html	De Miguel (C's) aboga por invertir en IO ya que generará "trabajo" y "abre una ventana al emprendimiento"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	256	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSION	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRAFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
9/12/15	expansion.com	https://www.expansion.com/pais-vasco/2015/12/09/566867c522601d9a098b45c0.html	Acuerdo Bizkaia-Telefónica para impulsar el emprendimiento	Completo	Sin autor	CCAA	Noticia	118	Positivo	2		Iniciativa pública	Si	NO	No	Si	No
17/12/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7228942/12/15/La-UJA-reconoce-la-labor-emprendedora-de-la-comunidad-universitaria-con-sus-VIII-Premios-al-Emprendimiento-2015.html	La UJA reconoce la labor emprendedora de la comunidad universitaria con sus VIII Premios al Emprendimiento 2015	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	403	Positivo	7		Caso de éxito	No	No	No	Si	No
17/12/15	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7228311/12/15/Fundaciones-Endesa-y-SAFA-acuerdan-un-programa-de-formacion-en-innovacion-y-emprendimiento-para-estudiantes.html	Fundaciones Endesa y SAFA acuerdan un programa de formación en innovación y emprendimiento para estudiantes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	402	Positivo	3		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
17/12/15	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/12/10/emprendedores/1449753186_244338.html	Yuz mujer entregará 20.000 € al mejor emprendimiento femenino	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	290	Positivo	6		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
17/12/15	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/12/16/emprendedores/1450291915_872782.html	Emprender, y tener éxito, invirtiendo 300 euros	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	407	Positivo	2		Caso de éxito/historia personal	Si	No	No	Si	No
25/12/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7245267/12/15/Emprender-no-es-tan-facil-es-necesario-formarse.html	Emprender no es tan fácil: es necesario formarse	Completo	Aljandra Ortiz Echague	Emprendedores	Noticia	819	Neutro	17		Formación	Si	NO	No	Si	No
25/12/15	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=11755	El emprendedor Raúl Morales crea un juego educativo usando el ábaco japonés	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	362	Positivo	6		Caso de éxito	Si (2)	No	No	No	Si
10/1/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7267967/01/16/Santander-organiza-un-desayuno-emprendedor-dedicado-a-las-opportunidades-de-negocio-en-el-entorno-de-Smart-City.html	Santander organiza un desayuno emprendedor dedicado a las oportunidades de negocio en el entorno de Smart City	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	339	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
18/1/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7285503/01/16/Mas-de-900-estudiantes-gallegos-entrenan-para-convertirse-en-el-mejor-emprendedor-virtual.html	Más de 900 estudiantes gallegos entrenan para convertirse en el mejor emprendedor virtual	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	270	Positivo	0		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
18/1/16	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/01/15/autonomos/1452858123_071541.html	Si a ser autónomo, pero sólo si no hay trabajo por cuenta ajena	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	431	Positivo	2		normativa	Si	No	NO	Si	No
18/1/16	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/01/14/autonomos/1452786756_585898.html	El autónomo español puede trabajar en Francia sin permiso	Medio	Néin García Iglesias	Emprendedores	Noticia	319	Positivo	0		Normativa	Si	No	NO	Si	No
26/1/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aragon/noticias/7306032/01/16/Gobierno-de-Aragon-y-Generando-Futuro-se-unen-para-impulsar-el-emprendimiento.html	Gobierno de Aragón y Generando Futuro se unen para impulsar el emprendimiento	Completo	Eva Sereno	CCAA	Noticia	485	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
26/1/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/sociedad/noticias/7304804/01/16/Fundacion-Linea-Directa-premiara-con-20000-euros-al-mejor-emprendedor-en-Seguridad-Vial.html	Fundación Línea Directa premiará con 20.000 euros al mejor emprendedor en Seguridad Vial	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	136	Positivo	2		Iniciativa privada	No	No	NO	No	NO
26/1/16	expansion.com	http://www.expansion.com/aragon/2016/01/26/56a7864ae2706c3f5d8b4602.html	El Ejecutivo y Generando Futuro apoyarán el emprendimiento con un premio	Completo	Marcos Español	CCAA	Noticia	448	Positivo	3		Iniciativa privada	No	No	NO	No	NO
3/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7325634/02/16/La-UCO-acoge-este-jueves-la-presentacion-de-Te-atreves-a-Innovar-Como-emprender-y-no-morir-en-el-intento.html	La UCO acoge este jueves la presentación de 'Te atreves a Innovar? Cómo emprender y no morir en el intento'	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	267	Positivo	4		Iniciativa privada	no	No	NO	No	No
3/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7324459/02/16/MasJaen-La-Diputacion-entrega-a-cinco-nuevos-empresarios-oficinas-en-el-Centro-Provincial-de-Emprendimiento.html	MásJaén. La Diputación entrega a cinco nuevos empresarios oficinas en el Centro Provincial de Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	426	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	NO	No	No
3/2/16	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/02/02/autonomos/1454432015_758967.html	El autónomo y su obligación de tener un Libro Diario	Medio	Néin García Iglesias	Emprendedores	Noticia	340	Neutro	1		Normativa	Si	No	NO	Si	No
11/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7344940/02/16/El-colectivo-autonomo-en-Andalucia-envejece-legeramente-desde-que-empezo-la-cri-sis-y-cuenta-con-mas-mujeres-segun-OPA.html	El colectivo autónomo en Andalucía envejece ligeramente desde que empezó la crisis y cuenta con más mujeres, según OPA	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	586	Neutro	0		Estudio	No	No	NO	No	No
11/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7344512/02/16/Alumnos-de-Primaria-comienzan-a-recibir-formacion-en-materia-de-emprendimiento.html	Alumnos de Primaria comienzan a recibir formación en materia de emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	496	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	NO	Si	No
11/2/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=12151	El emprendedor Manuel Requena recauda más de 2.000 € con el libro Los mensajes de tu cuerpo	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	419	Positivo	5		Caso de éxito	Si	No	NO	No	Si
11/2/16	expansion.com	http://www.expansion.com/aragon/2016/02/11/56bc37722601dce6f8b4647.html	El IAJ firma un convenio para fomentar el emprendimiento entre los jóvenes	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	1201	Positivo	2		Iniciativa pública	Si	Si	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINE	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPRENDI-MIUM Y/CE)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
11/2/16	cinco dias.com	https://cinco dias.epais.com/cinco dias/2016/02/10/autonomo s/1455118501_631534.html	Los pagos fraccionados que debe hacer un autónomo en 2016	Medio	Iván García Iglecias	Emprendedores	Noticia	346	Positivo	0		Normativa	Si	No	NO	Si	No
19/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7364131/02 /16/Caesa celebra la inminente constitución del Consejo del Autónomo y el "desbloqueo" de las ayudas.html	Caesa celebra "la inminente" constitución del Consejo del Autónomo y el "desbloqueo" de las ayudas	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	336	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	NO	Si	No
19/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7364082/02 /16/Junta formará en emprendimiento a más de 1.500 estudiantes de FP a través del programa Emprendojuvent.html	Junta formará en emprendimiento a más de 1.500 estudiantes de FP a través del programa Emprendojuvent	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	557	Positivo	19		Iniciativa pública	No	No	NO	Si	No
19/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7363776/02 /16/Empresas privadas y públicas se unen en Mobile World para mostrar una Valencia idónea para vivir y emprender.html	Empresas privadas y públicas se unen en Mobile World para mostrar una Valencia idónea para vivir y emprender	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	409	Positivo	11		Mixto	No	No	NO	Si	No
19/2/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/7363258/02/16/Emprender sobre la base de experiencias reales.html	Emprender sobre la base de experiencias reales	Completo	Miguel A. Blanco Cedrón	Emprendedores	Noticia (P)	598	Positivo	9		Iniciativa privada	Si	No	NO	Si	No
19/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7362829/02 /16/La economía social y el emprendimiento serán protagonistas en el Congreso Internacional Laudato Si' de la UCAM.html	La economía social y el emprendimiento serán protagonistas en el Congreso Internacional Laudato Si' de la UCAM	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	175	Positivo	1	Social	Iniciativa privada	No	No	NO	Si	No
27/2/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7362846/02 /16/El Liceo Español de París toma como referente al INFD en educación financiera y emprendimiento.html	El Liceo Español de París toma como referente al INFD en educación financiera y emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	630	Positivo	15		Iniciativa privada	No	No	NO	Si	No
6/3/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7400309/03 /16/Andalucía Emprime promueve el emprendimiento en cerca de 26.000 estudiantes andaluces.html	Andalucía Emprime promueve el emprendimiento en cerca de 26.000 estudiantes andaluces	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	607	Positivo	17		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
14/3/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7420429/03 /16/El mundo rural aragonés posee "potencial" para el impulso del emprendimiento alimentario.html	El mundo rural aragonés posee "potencial" para el impulso del emprendimiento alimentario	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	652	Positivo	7		Mixto	No	No	No	Si	No
14/3/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7403136/03 /16/Universitarios mallorquines conocen las ventajas del cooperativismo como forma de emprendimiento.html	Universitarios mallorquines conocen las ventajas del cooperativismo como forma de emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	839	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
14/3/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7419359/03 /16/ATA pide al Gobierno un Plan de Empleo Autónomo para Cantabria.html	ATA pide al Gobierno un Plan de Empleo Autónomo para Cantabria	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	120	Neutro	0		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
14/3/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7419056/03/16/El emprendimiento en España no genera más empleo y lastra la productividad según la Fundación BBVA.html	Emprender no es la panacea para España: no genera más empleo y lastra la productividad	Completo	Sin autor	Emprendedores	Noticia	468	Negativo	4		Fracaso	No	No	No	Si	No
14/3/16	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/europa_press/2016/03/14/2016031412123.html	El emprendimiento en España no genera más empleo y lastra la productividad, según la Fundación BBVA	Completo	AGENCIAS	Titulares	Noticia	467	Negativo	4		Fracaso	No	No	No	Si	No
14/3/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial-noticias/noticias/7418479/03/16/Lanzadera AVALADRID y Emprime de TVC premios al emprendimiento.html	Lanzadera, AVALADRID y Emprime de TVC premios al emprendimiento	Completo	Virginia Gorzalvo (P)	Emprendedores	Noticia	571	Positivo	12		Caso de éxito	No	No	No	No	No
14/3/16	cinco dias.com	https://cinco dias.epais.com/cinco dias/2016/03/09/autonomo s/145233952_24365.html	¿Qué pasa con mi paro si me doy de alta como autónomo?	Medio	Iván García Iglecias	Emprendedores	Noticia	352	Neutro	0		Normativa	No	No	No	Si	No
30/3/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7455074/03 /16/Las cámaras de comercio de Girona y Perpiñan fomentan emprender en la frontera.html	Las cámaras de comercio de Girona y Perpiñan fomentan emprender en la frontera	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	264	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
30/3/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7454503/03 /16/Educación-La Junta promueve el emprendimiento entre más de 3.500 estudiantes cordobeses.html	Educación-La Junta promueve el emprendimiento entre más de 3.500 estudiantes cordobeses	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	451	Positivo	13		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
30/3/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7454336/03 /16/La Caixa y Enisa convocan los décimos Premios Emprendedor XXI para nuevas empresas.html	La Caixa y Enisa convocan los décimos Premios Emprendedor XXI para nuevas empresas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	424	Positivo	4		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
30/3/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7453858/03 /16/Los Premios Emprendedor XXI repartirán más de 400.000 euros a través de diversas modalidades en su décima edición.html	Los Premios Emprendedor XXI repartirán más de 400.000 euros a través de diversas modalidades en su décima edición	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	379	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
30/3/16	cinco dias.com	https://cinco dias.epais.com/cinco dias/2016/03/30/emprende dores/1450337856_478251.html	Emprendimiento colaborativo más allá de Uber	Completo	Cinco Días	Emprendedores	Noticia	1097	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (BARRINAS- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
7/4/16	eleconomista.es	http://economia.eleconomista.es/campa/noticias/7474701/04/16/La-universidad-de-Sevilla-galantea-el-talento-emprendedor-de-sus-alumnos-investigadores-y-egresados-Cada-una-de-las-12-ideas-premiadas-recibra-500-euros-Estas-iniciativas-están-integradas-tanto-para-alumnos-como-para-investigadores-de-la-propia-institucion-SKNJD-DepuOlveo-y-Ralenteize-son-algunas-de-las-ideas-seleccionadas-entre-las-78-presentadas-Durante-el-próximo-mes-de-junio-las-equipo-expondrán-sus-proyectos-ante-un-comité-de-expertos-encargado-de-seleccionar-las-iniciativas-finalistas-Una-.html	Las aplicaciones móviles fomentan el emprendimiento universitario	Completo	Noelia García	Educación	Noticia	860	Positivo	4		Caso de éxito	SI	No	No	No	No
7/4/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7475211/04/16/El-proyecto-cooperativo-Entrevecinos-de-Valladolid-recibra-20000-euros-del-Programa-de-Emprendimiento-de-La-Caixa.html	El proyecto cooperativo Entrevecinos de Valladolid recibirá 25.000 euros del Programa de Emprendimiento de La Caixa	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	327	Positivo	4		Caso de éxito	No	No	No	SI	No
7/4/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=121550	El emprendedor Tomás Santoro nos da varios consejos para conseguir más ventas	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	410	Positivo	8		Caso de éxito	SI (2)	SI	No	No	No
7/4/16	cincodías.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/04/06/emprendedores/145992869_031455.html	Garantizar por ley emprender en igualdad de condiciones	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	317	Positivo	10		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
7/4/16	cincodías.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/04/06/emprendedores/145992913_013099.html	'Emprende' analiza el creciente interés por emprender	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	242	Positivo	7		Iniciativa pública	SI	No	No	SI	No
23/4/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7515037/04/16/ISA-resalta-la-apuesta-de-la-Junta-para-que-los-jóvenes-puedan-emprender-en-agricultura-y-ganadería.html	ISA resalta la "apuesta" de la Junta para que "los jóvenes puedan emprender en agricultura y ganadería"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	254	Positivo	1		Iniciativa pública	SI	No	No	SI	No
9/5/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/ecodiaro/emprendedores/noticias/7518810/05/16/Estudiantes-universitarios-aprenden-a-emprender-en-la-5-Edición-de-30DaysStartup-Barcelona-2016.html	Estudiantes universitarios "aprenden a emprender" en la 5ª Edición de 30DaysStartup Barcelona 2016	Completo	Ecoaulas	Emprendedores	Noticia	318	Positivo	3		Iniciativa privada	SI	No	No	No	NO
9/5/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/argen/noticias/7518810/05/16/Como-emprender-en-el-sector-de-la-hotelaría-y-restauración.html	Cómo emprender en el sector de la hotelaría y restauración	Completo	Eva Sereno	CCAA	Noticia	217	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
9/5/16	expansion.com	http://www.expansion.com/argen/2016/05/09/5730264e5deaf513ba5c2.html	C's propone a la DPZ impulsar los proyectos de emprendimiento de los jóvenes	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	192	positivo	2		Iniciativa pública	SI	NO	No	SI	NO
17/5/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7569842/05/16/Los-proyectos-de-emprendimiento-del-Programa-Minerva-cuentan-con-una-tasa-de-éxito-superior-al-75%.html	Los proyectos de emprendimiento del Programa Minerva cuentan con una tasa de éxito superior al 75%	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	451	Positivo	1		Mito	No	No	No	SI	No
17/5/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7569196/05/16/Grupo-San-Valero-y-Fundación-CAI-colaboran-para-fomentar-el-emprendimiento-y-ayudar-a-los-jóvenes.html	Grupo San Valero y Fundación CAI colaboran para fomentar el emprendimiento y ayudar a los jóvenes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	447	Positivo	3	Social	Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
17/5/16	expansion.com	http://www.expansion.com/argen/2016/05/17/573aebd1461e61a8779b409.html	Grupo San Valero y Fundación CAI fomentan el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	148	Positivo	1	Social	Iniciativa privada	SI	No	No	SI	No
17/5/16	cincodías.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/05/16/autonomo-u/146343740_076380.html	Si cometes uno de estos errores, es que eres un autónomo nuevo	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	349	Positivo	1		Fracaso	SI	No	No	SI	No
25/5/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7589573/05/16/La-Diputación-destina-más-de-250.000-euros-a-potenciar-el-emprendimiento-en-pequeños-municipios-de-la-provincia.html	La Diputación destina más de 250.000 euros a potenciar el emprendimiento en pequeños municipios de la provincia	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	359	Positivo	4		Iniciativa pública	No	NO	No	SI	NO
25/5/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/universidades/noticias/7589059/05/16/Nace-el-espacio-de-Emprendimiento-en-el-Campus-de-Zamora-de-la-Universidad-de-Salamanca.html	Nace el espacio de Emprendimiento en el Campus de Zamora de la Universidad de Salamanca	Completo	Ecoaulas	Educación	noticia	377	Positivo	16		Iniciativa pública	SI	No	NO	SI	NO
2/6/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/walencia/noticias/7608058/06/16/Angels-El-auge-del-emprendimiento-no-es-un-boom-ha-venido-para-quedarse.html	Angels: "El auge del emprendimiento no es un boom, ha venido para quedarse"	Completo	Oliha Fortanillo	CCAA	Entrevista	1623	Positivo	17		Caso de éxito	SI	No	No	SI	No
10/6/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7626212/06/16/Junta-premia-las-premios-JovenEmprende-y-reconoce-el-espíritu-emprendedor-del-proyecto-del-Lopez-de-Arenas.html	Junta premia los premios JovenEmprende y reconoce el espíritu emprendedor del proyecto del López de Arenas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	869	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
10/6/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/blog/emprendedores/?p=13040	Ferran Adrià lanza una guía para quienes desean emprender en restauración	Completo	Oscar Sánchez	Blog	Opinión	265	Positivo	6		Caso de éxito	SI	No	No	SI	No
10/6/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticia/7628388/06/16/Emprender-también-exige-calma.html	Emprender también exige calma	Completo	Lourdes Marín	Emprendedores	Noticia	291	Positivo	4		Caso de éxito	SI (vdeo)	NO	NO	SI	SI
4/7/16	eleconomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/7682757/07/16/Sevilla-acoge-este-fin-de-semana-el-mayor-evento-emprendedor-aerospacial-de-España.html	Sevilla acoge este fin de semana el mayor evento emprendedor aerospacial de España	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	345	Positivo	2		Iniciativa privada	No	No	NO	SI	NO

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (BARRIDOS-NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
4/7/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/7682424/07/16/UPTA-aboga-por-un-emprendimiento-estable-para-reactivar-la-economia.html	UPTA Aboga por un "emprendimiento estable" para reactivar la economía	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	330	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	NO	SI	NO
4/7/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/7682417/07/16/EI-IV-seminario-sobre-el-emprendimiento-y-discapacidad-de-la-Universidad-de-Verano-de-la-URJC.html	El IV seminario sobre el emprendimiento y discapacidad de la Universidad de Verano de la URJC	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	336	Positivo	6	Social	Iniciativa pública	No	No	NO	SI	NO
4/7/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/7682216/07/16/UTAC-destaca-que-Cantabria-recobra-el-pulso-de-la-creacion-de-empleo-autonomo.html	UTAC destaca que Cantabria "recobra el pulso" de la creación de empleo autónomo	Medio	AGENCIAS	España	Noticia	299	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	NO	SI	NO
4/7/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/7682051/07/16/Economia-La-innovacion-y-el-emprendimiento-esenciales-para-conectar-la-tecnologia-con-el-conocimiento.html	Economía - La innovación y el emprendimiento, "esenciales" para conectar la tecnología con el conocimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	798	Positivo	8		Otros	No	No	NO	SI	NO
4/7/16	expansion.com	http://www.expansion.com/araque/2016/07/04/57f75c32b8e3e44278b406.html	El balón aragonés con GPS gana un premio de emprendimiento	Completo	Marcos Español	CCAA	Noticia	220	Positivo	3		Caso de éxito	SI	No	NO	SI	NO
4/7/16	cinco dias.com	https://cinco dias.es/elpais.com/cinco dias/2016/07/01/autonomo_u/1467361637_447084.html	¿Cuánto le cuesta a un autónomo despedir a un empleado?	Medio	Teresa Álvarez Martín Nieto	Emprendedores	Reportaje	330	Neutro	0		Normativa	SI	No	NO	SI	NO
4/7/16	cinco dias.com	https://cinco dias.es/elpais.com/cinco dias/2016/07/01/empresau/146736681_578708.html	Emprender a través del espejo	Completo	José Manuel Lécera/Alja Hito Toñina	Empresas	Opinión	112	Positivo	6		Caso de éxito	SI	No	NO	SI	NO
12/7/16	elcomercio.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/7700039/07/16/Los-ministros-de-Trabajo-del-G20-apuestan-por-reformas-formacion-y-emprendimiento.html	Los ministros de Trabajo del G20 apuestan por reformas, formación y emprendimiento	Medio	Agencias	Economía	Noticia	297	Positivo	1		Iniciativa pública	No	No	NO	SI	NO
12/7/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/7699122/07/16/La-unta-amplia-a-cinco-años-el-acompañamiento-al-emprendedor-en-el-marco-del-Programa-ADE-2020.html	La Junta amplía a cinco años el acompañamiento al emprendedor en el marco del Programa ADE 2020	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	800	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	NO	SI	NO
12/7/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/sociedad/noticias/7698688/07/16/Discapacidad-matana-comienza-en-la-Universidad-de-Verano-de-la-urjc-un-curso-sobre-emprendimiento-y-discapacidad.html	Discapacidad matana comienza en la universidad de verano de la urjc un curso sobre emprendimiento y discapacidad	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	221	Positivo	9	Social	Mixto	No	No	NO	SI	NO
20/7/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/sociedad/noticias/7718085/07/16/La-Universidad-rey-juan-carlos-y-la-Fundación-konecta-fomentan-el-emprendimiento-de-las-personas-con-discapacidad.html	La universidad rey juan carlos y la fundación conecta fomentan el emprendimiento de las personas con discapacidad	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	259	Positivo	9	Social	Mixto	No	No	NO	SI	NO
20/7/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/7716942/07/16/La-Universidad-Pontificia-de-Salamanca-muestra-que-las-nuevas-opportunidades-para-el-emprendimiento.html	La Universidad Pontificia de Salamanca muestra que las nuevas oportunidades para el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	310	positivo	1	Social	Mixto	SI (vídeo)	No	NO	SI	NO
5/8/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/espana/noticias/7750013/08/16/Turismo-inteligente-eficiencia-energetica-y-emprendimiento-entre-las-actividades-pasivas-de-Greenties-2016.html	Turismo inteligente, eficiencia energética y emprendimiento entre las actividades pasivas de Greenties 2016	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	849	Positivo	3		Iniciativa privada	No	NO	NO	SI	NO
6/8/16	elcomercio.es	http://www.eleconomista.es/legislacion/noticias/7806407/08/16/Feijoo-anuncia-un-centro-de-emprendimiento-de-la-industria-aeronautica.html	Feijoo anuncia un centro de emprendimiento de la industria aeronáutica	Completo	Agencias	Legal	Noticia	746	Positivo	2		Iniciativa pública	SI (vídeo)	No	NO	SI	NO
14/9/16	elcomercio.es	http://ecodiarario.eleconomista.es/formacion-profesional/noticias/7834666/09/16/Decinan-770000-euros-para-proyectos-de-innovacion-y-emprendimiento-en-la-formacion-profesional-de-Euskadi.html	Decinan 770.000 euros para proyectos de innovación y emprendimiento en la formación profesional de Euskadi	Completo	AGENCIAS	Educación	Noticia	259	Positivo	3		Iniciativa pública	SI	No	NO	SI	NO
22/9/16	elcomercio.es	http://www.eleconomista.es/valenciana/noticias/7841193/09/16/EI-polo-emprendedor-valenciano-crece-Bankia-Fintech-by-Insonnia-se-instala-en-la-Base-2-de-la-Marina-Real.html	El polo emprendedor valenciano crece: Bankia Fintech by Insonnia se instala en la Base 2 de la Marina Real	Completo	Digna Fortavillo	CCAA	Noticia	338	Positivo	3		Iniciativa privada	No	No	NO	SI	NO
12/9/16	elcomercio.es	http://www.eleconomista.es/castilla-la-mancha/noticias/7842496/09/16/EI-Espacio-Coworking-Carlos-V-permitira-emprender-a-16-toledanos.html	El Espacio Coworking Carlos V permitirá emprender a 16 toledanos	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	446	Positivo	1		Iniciativa privada	SI	No	NO	SI	NO
30/9/16	expansion.com	http://www.expansion.com/andalucia/2016/09/30/5ed72292-6843e9718b4589.html	La granadina Regemal 3D gana el Premio Emprendador XXI Andalucía	Completo	Juan Alberto Gómez	CCAA	Noticia	410	Positivo	3		Caso de éxito	SI	No	NO	SI	NO
30/9/16	cinco dias.com	https://cinco dias.es/elpais.com/cinco dias/2016/09/29/emprendedor_v/147516464_567881.html	Regemal 3D gana el Premio Emprendador XXI en Andalucía	Completo	Yolanda Merlo	Emprendedores	Noticia	337	Positivo	3		Caso de éxito	SI	No	NO	SI	NO
16/10/16	elcomercio.es	http://www.eleconomista.es/seleccion-noticias/7872312/16/Barcelona-mejor-ciudad-de-Espana-para-crear-una-empresa-o-desarrollar-un-proyecto-profesional.html	Barcelona, mejor ciudad de España para crear una empresa o desarrollar un proyecto profesional	Medio	Sin autor	Selección E	Noticia	553	Positivo	8		Caso de éxito	SI	No	NO	SI	NO

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (MÁXIMO 4)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRAFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
24/10/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7913139/10/16/Fundacion-Coolran-y-Microsoft-colaboran-en-la-promocion-de-la-innovacion-y-el-emprendimiento.html	Fundación Coolran y Microsoft colaboran en la promoción de la innovación y el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	490	Positivo	4		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
24/10/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aragon/noticias/7912868/10/16/El-emprendimiento-deja-de-ser-atractivo.html	El emprendimiento deja de ser atractivo	Completo	Eva Sereno	CCAA	Noticia	682	Positivo	25		Fracaso	No	Si	No	Si	No
24/10/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7912378/10/16/Ser-Emprendedor-comienza-este-martes-en-el-Palacio-de-Ferias-con-mas-de-2000-inscritos-hasta-el-momento.html	Ser Empleado comienza este martes en el Palacio de Ferias con más de 2.000 inscritos hasta el momento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	990	Positivo	24		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
24/10/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7912302/10/16/Una-jornada-mostrara-a-los-universitarios-la-oferta-cultural-turistica-y-de-emprendimiento-de-la-ciudad.html	Una jornada mostrará a los universitarios la oferta cultural, turística y de emprendimiento de la ciudad	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	691	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	NO	Si	No
24/10/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7911475/10/16/El-emprendimiento-en-el-ambito-educativo-objetivo-de-la-iniciativa-Start-Innova.html	El emprendimiento en el ámbito educativo objetivo de la iniciativa 'Start Innova'	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	630	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
24/10/16	cincodias.com	https://cincodias.epais.com/cincodias/2016/10/14/emprendedores/147642665_397344.html	El curso universitario gratuito que enseña a emprender	Completo	Yolanda Merlo	Emprendedores	Noticia	312	Positivo	4		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	NO
24/10/16	cincodias.com	https://cincodias.epais.com/cincodias/2016/10/12/autonomo/s/147707459_106780.html	¿Puede un autónomo darse de baja desde Internet?	Medio	Yolanda Merlo	Emprendedores	Noticia	330	Positivo	3		Normativa	Si	No	NO	Si	NO
24/10/16	cincodias.com	https://cincodias.epais.com/cincodias/2016/10/12/autonomo/s/1477075273_489663.html	Esto es todo lo que debes declarar si eres autónomo	Medio	Yolanda Merlo	Emprendedores	Noticia	357	Positivo	0		Normativa	Si	No	No	Si	No
17/11/16	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7920510/16/16-lecturas-sobre-emprendimiento-de-la-ultima-edicion-de-South-Summit.html	Diez lecturas sobre emprendimiento de la última edición de South Summit	Completo	eleconomista.es	Emprendedores	Noticia	720	Positivo	9		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
9/11/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/794845/11/16/La-junta-premiara-a-los-mejores-diseñadores-de-la-XV-Pasarela-de-la-Moda-de-Castilla-y-Leon-con-formacion-para-emprender.html	La Junta premiará a los mejores diseñadores de la XV Pasarela de la Moda de Castilla y León con formación para emprender	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	308	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
17/11/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/796800/11/16/Junta-premia-a-cinco-estudiantes-de-PP-por-la-idea-mas-innovadora-en-Talento-Emprendedor.html	Junta premia a cinco estudiantes de PP por la idea más innovadora en 'Talento Empleado'	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	731	Positivo	10		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
17/11/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/796757/11/16/Impulso-Empleador-abrirá-su-quinta-conocatoria-el-proximo-mes-de-febrero.html	'Impulso Empleado' abrirá su quinta convocatoria el próximo mes de febrero	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	362	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
17/11/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/796713/11/16/Economia-Educacion-La-junta-acerca-el-emprendimiento-a-alumnos-con-el-concurso-Montate-tu-pelucia.html	La Junta acerca el emprendimiento a alumnos con el concurso 'Montate tu pelucia'	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	471	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
17/11/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/796712/11/16/Accion-contral-Hambre-y-Fundacion-Telefonica-forman-a-alumnos-de-PP-y-a-sus-profesores-en-emprendimiento-y-tecnologia.html	Acción contra el Hambre y Fundación Telefónica forman a alumnos de PP y a sus profesores en emprendimiento y tecnología	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	479	Positivo	10		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
25/11/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/7986387/11/16/Un-foro-de-emprendimiento-e-innovacion-reune-en-Bogota-a-mas-de-200-mujeres.html	Un foro de emprendimiento e innovación reúne en Bogotá a más de 200 mujeres	Completo	Agencias	España	Noticia	411	Positivo	10		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
25/11/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/798536/11/16/Aranca-la-XI-Feria-Provincial-de-Empresarias-como-escaparate-del-emprendimiento-de-las-mujeres.html	Aranca la XI Feria Provincial de Empresarias como 'escaparate' del emprendimiento de las mujeres	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	717	Positivo	2		Iniciativa pública	No	Si	NO	Si	No
3/12/16	expansion.com	http://www.expansion.com/juridico/respuestas-legales/2016/12/02/5841546e7204e932f8a45db.html	Cómo acabar con el fraude del 'falso autónomo'	Medio	Sin autor	Economía	Opinión	186	Positivo	0		Normativa	Si (vídeo)	No	No	Si	No
11/12/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/8016987/12/16/Diputacion-organiza-en-Cherco-una-jornada-de-desarrollo-local-a-traves-del-emprendimiento-de-la-mujer.html	Diputación organiza en Cherco una jornada de desarrollo local a través del emprendimiento de la mujer	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	365	Positivo	7		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
19/12/16	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/803209/12/16/Economia-100-Caminos-al-Exito-genera-80-startups-y-Junta-destaca-el-emprendimiento-como-eje-economico.html	'100 Caminos al Éxito' genera 80 startups y Junta destaca 'el emprendimiento como eje económico'	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	910	Positivo	11		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
19/12/16	cincodias.com	https://cincodias.epais.com/cincodias/2016/12/19/economia/148217814_995647.html	Más formación para emprender mejor	Completo	Editorial	Opinión	Opinión	224	Positivo	3		Otros	Si	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (BARRIDO-NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTOREADAS	FUENTES PERSONALES
19/12/16	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/12/19/economia/1482166017_96349.html	La falta de formación lastra el emprendimiento en España	Completo	Raúl Díez Guisasa	Economía	Noticia	748	Positivo	13		Fracaso	Si	Si	Si	Si	No
19/12/16	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/12/19/emprendedores/1483188827_25682.html	Consejos que da un autónomo a quien se plantee ser autónomo	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Noticia	579	Positivo	5		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
4/1/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8063915/01/17/La-Diputacion-de-Leon-apoya-234-proyectos-empresariales-en-el-area-rural-en-2016-a-traves-de-su-Plan-de-Emprendedores.html	La Diputación de León apoya 234 proyectos empresariales en el área rural en 2016 a través de su Plan de Emprendedores	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	914	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
4/1/17	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/01/02/emprendedores/1483381900_743200.html	Emprendimientos españoles más destacados en 2016	Completo	Yolanda Méndez	Emprendedores	Reportaje	364	Positivo	8		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No
12/1/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8079440/01/17/Delegada-y-la-EPV-Genov-firman-un-acuerdo-para-conceder-microcreditos-a-personas-empendedoras-de-Debabarrena.html	Delegada y la EPV Genov firman un acuerdo para conceder microcréditos a personas emprendedoras de Debabarrena	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	309	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
12/1/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8079106/01/17/La-Escuela-de-Emprendimiento-se-ubicara-provisionalmente-en-la-sede-de-la-Camara-de-Comercio-en-La-Llana.html	La Escuela de Emprendimiento se ubicará provisionalmente en la sede de la Cámara de Comercio en La Llana	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	433	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
12/1/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8078848/01/17/Gobierno-Ayuntamiento-y-Camara-dan-el-primero-paso-para-crear-la-Escuela-Regional-de-Emprendimiento.html	Gobierno, Ayuntamiento y Cámara dan el primer paso para crear la Escuela Regional de Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	634	Positivo	12		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
12/1/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/Castilla_y_Leon/noticias/8078010/01/17/Castilla-y-Leon-pone-en-marcha-un-programa-para-fomentar-el-empredimiento-entre-los-jovenes.html	Castilla y León pone en marcha un programa para fomentar el emprendimiento entre los jóvenes	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	939	Positivo	17		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
20/1/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/809842/01/17/La-Junta-abre-la-inscripcion-para-las-lanzaderas-de-Andalucia-Emprende-destinada-a-personas-desempleadas.html	La Junta abre la inscripción para las lanzaderas de Andalucía Emprende destinada a personas desempleadas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	514	Positivo	14		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
20/1/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8097540/01/17/Jimenez-Barrion-anuncia-la-primera-llagada-al-Parlamento-de-la-decisiva-Ley-de-Emprendimiento.html	Jiménez Barrios anuncia la primera llegada al Parlamento de la decisiva Ley de Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	518	Positivo	15		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
20/1/17	expansion.com	http://www.expansion.com/emprendedores-empleo/emprendedores/2017/01/20/58846ca2-268e-3e3a78b45db.html	Mark Cuban, un gurú que también es emprendedor	Completo	Tito Fernández	Emprendedores	Reportaje	1277	Positivo	14		Caso de éxito	Si	Si	No	Si	Si
5/2/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8133442/02/17/La-UPCT-analiza-este-lunes-el-ecosistema-emprededor-de-Cartagena-durante-la-Startup-Europe-Week.html	La UPCT analiza este lunes el ecosistema emprendedor de Cartagena durante la Startup Europe Week	Completo	AGENCIAS	España	Reportaje	293	Positivo	9		Iniciativa privada	No	NO	No	Si	No
13/2/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8151749/02/17/Mercedes-Fernandez-confia-en-que-el-PSOE-apoye-su-Ley-de-Emprendedores-igual-que-el-PP-apoyó-los-presupuestos.html	Mercedes Fernández confía en que el PSOE apoye su Ley de Emprendedores "igual que el PP apoyó los presupuestos"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	609	Neutro	4		Normativa	No	No	No	Si	No
21/2/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/8171746/02/17/Salon-ME-empresaria-revela-las-claves-para-alcanzar-el-exito-emprededor.html	El Salón MEempresaria revela las claves para alcanzar el éxito emprendedor	Completo	Ana García	Emprendedores	Noticia	458	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
21/2/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8171668/02/17/Economia-Junta-inicia-un-proceso-para-captar-a-los-emprededores-con-los-mejores-proyectos-tecnologicos.html	Junta inicia un proceso para captar a los emprendedores con los mejores proyectos tecnológicos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	359	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
21/2/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/escuela-emprededores/noticias/8171283/02/17/Drones-salud-seguridad-los-10-finalistas-de-IME-Emprende-apuestan-por-la-tecnologia.html	Drones, salud, seguridad... los 10 finalistas de IME Emprende apuestan por la tecnología	Completo	Escuela.es	Emprendedores	Noticia	337	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
21/2/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8170902/02/17/Ayuntamiento-y-Andalucia-Emprende-firman-un-convenio-para-impulsar-iniciativas-de-emprededores-y-empresas.html	Ayuntamiento y Andalucía Emprende firman un convenio para impulsar iniciativas de emprendedores y empresas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	466	Positivo	16		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
21/2/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/espana/noticias/8170503/02/17/MasJarama-La-Diputacion-Fomenta-la-cultura-emprededora-en-la-comarca-de-Segura-junto-a-la-Asociacion-Segura4Co.html	MásJarama - La Diputación fomenta la cultura emprendedora en la comarca de Segura junto a la Asociación Segura4Co	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	384	Positivo	10		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
21/2/17	eleconomista.es	http://ecodario.eleconomista.es/politica/noticias/8170317/02/17/Carmena-quiere-apoyar-a-emprededores-que-precisen-una-segunda-oportunidad.html	Carmena quiere apoyar a emprendedores que precisen una segunda oportunidad	Completo	Agencias	Política	Noticia	305	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
1/3/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/campus/noticias/8189887/03/17/Un-grupo-de-estudiantes-de-1-ESO-reciben-un-Premio-al-Empredimiento-con-un-proyecto-de-robotica.html	Un grupo de estudiantes de 1-ESO reciben un Premio al Emprendimiento con un proyecto de robótica	Completo	Escuela.es	Educación	Noticia	416	Positivo	3		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (BARRINDO NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
1/3/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/813060/0/17/Economia-Mahou-San-Miguel-lanza-la-segunda-edici#de-BarTabo-para-impulsar-el-emprendimiento-en-hosteleria.html	Economía - Mahou San Miguel lanza la segunda edición de "BarTabo" para impulsar el emprendimiento en hostelería	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	273	Positivo	7		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
1/3/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8189706/0/17/Capocita-T-facilita-herramientas-emocionales-al-emprendedor.html	Capocita-T facilita "herramientas emocionales" al emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	255	Positivo	10		Mixto	No	No	No	Si	No
1/3/17	cinco dias.com	https://cinco dias.es/pais.com/cinco dias/2017/03/08/emprendedores/148821592_178933.html	Cómo emprender cuando uno es introvertido	Completo	Teresa Álvarez Martín-Nieto	Emprendedores	Reportaje	380	Positivo	8		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
9/3/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/primera-empresas/noticias/821083/0/17/La-mayoria-de-los-jovenes-empresarios-prefiere-trabajar-en-una-empresa-antes-que-emprender-o-ser-funcionario.html	La mayoría de los jóvenes españoles prefiere trabajar en una empresa antes que emprender o ser funcionario	Completo	sin autor	Educación	Reportaje	846	Negativo	8		Estudio	No	Si	No	Si	No
9/3/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/8210515/0/17/Rsc-bbva-momentum-la-ayuda-al-emprendimiento-social-se-hace-global.html	Rsc bbva momentum: la ayuda al emprendimiento social se hace global	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	297	Positivo	8	Social	Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
9/3/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8210471/0/17/Crear-el-propio-puesto-de-trabajo-se-mantiene-como-principal-motivacion-del-emprendedor.html	Crear el propio puesto de trabajo se mantiene como principal motivación del emprendedor	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	594	Neutro	14		Otros	No	No	No	Si	No
9/3/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/primera-empresas/noticias/821090/0/17/Banco-Santander-apoya-en-Espana-mas-de-1200-proyectos-de-mujeres-emprendedoras.html	Banco Santander apoya en España más de 1.200 proyectos de mujeres emprendedoras	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	286	Positivo	8		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
9/3/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8209982/0/17/Unicaja-Unicaja-y-el-IMEE-enseñan-a-emprendedores-diferentes-vias-de-financiaci#n para-crear-empresas.html	Unicaja - Unicaja y el IMEE enseñan a emprendedores diferentes vías de financiación para crear empresas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	614	Positivo	12		Mixto	No	No	No	Si	No
9/3/17	expansion.com	http://www.expansion.com/extremadura/2017/03/09/09/08/172Bae704e859084617.html	Los jóvenes extremeños prefieren el acceso al funcionario a emprender	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	496	Negativo	4		Estudio	Si	Si	No	Si	No
9/3/17	cinco dias.com	https://cinco dias.es/pais.com/cinco dias/2017/03/08/tema/14892244_303809.html	Recetas para impulsar el emprendimiento femenino	Completo	Marimar Jiménez	Sentidos	Noticia	1112	Neutro	13		Iniciativa privada	Si	Si	No	Si	Si
17/3/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8230479/0/17/Banc-participa-en-el-Global-Entrepreneurship-Congress-para-ideal-ayudas-al-emprendimiento.html	Banc participa en el Global Entrepreneurship Congress para ideal ayudas al emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	140	positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
18/4/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/universidades/noticias/8300078/0/17/La-UPQ-albergara-el-CAE-de-Andalucia-empres-para-impulsar-la-creacion-de-empresas-innovadoras.html	La UPQ albergará un CAE de Andalucía empresa para impulsar la creación de empresas innovadoras	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	818	Positivo	31		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
26/4/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/argon/noticias/832063/0/17/Las-dificultades-financieras-son-la-principal-traba-de-los-emprendedores-sociales.html	Las dificultades financieras son la principal traba de los emprendedores sociales	Completo	Eva Seneno	CCAA	Noticia	724	Neutro	18		Estudio	No	No	No	Si	No
26/4/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8119380/0/17/CaixaBank-reune-en-Sevilla-a-cerca-de-200-emprendedoras-y-directivas-para-analizar-los-retos-del-liderazgo-femenino.html	CaixaBank reúne en Sevilla a cerca de 200 emprendedoras y directivas para analizar los retos del liderazgo femenino	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	581	Positivo	8		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
26/4/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecoula/ecoula/empresadores/noticias/8318975/0/17/Weglan-y-Micappital-proyectos-ganadores-de-la-V-edici#n de-CUNEF-Emprende.html	Weglan y Micappital, proyectos ganadores de la V edición de CUNEF Emprende	Completo	Ecoaula.es	Emprendedores	Noticia	645	Positivo	12		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	Si
26/4/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8118590/0/17/Mislaen-Diputacion-destina-otros-650000-euros-para-ayudar-a-emprendedores-jermanes.html	Mislaen- Diputación destina otros 650.000 euros para ayudar a emprendedores jermanes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	825	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
26/4/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8118173/0/17/Cs-reclama-que-la-Ley-de-Emprendimiento-elimine-el-monopolio-de-Andalucia-Emprende-y-no-la-convierta-en-agencia.html	Cs reclama que la Ley de Emprendimiento elimine el "monopolio" de Andalucía Emprende y no la convierta en "agencia"	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	579	Neutro	6		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
26/4/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/811811/0/17/Pascual-Startup-lagra-una-participaci#n de-350-emprendedores-en-su-segunda-edici#n.html	Pascual Startup logra una participación de 350 emprendedores en su segunda edición	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	476	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	Si	No
4/5/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/833675/0/17/La-UIA-destina-700000-euros-para-apoyar-la-transferencia-de-conocimiento-el-emprendimiento-y-la-empleabilidad.html	La UIA destina 700.000 euros para apoyar la transferencia de conocimiento, el emprendimiento y la empleabilidad	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	563	Positivo	11		Iniciativa pública	No	No	No	Si	No
4/5/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/833568/0/17/Las-empresas-creen-que-el-emprendimiento-corporativo-tiene-efectos-positivos-sobre-el-negocio-segun-CSE.html	Las empresas creen que el emprendimiento corporativo tiene efectos positivos sobre el negocio según CSE	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1079	Positivo	19		Mixto	No	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (BARRIDOS NUM VECES)	Social	TIPOLOGIA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTO DE APOYO	APOYO GRAFICOS	FUENTES AUTORIDADAS	FUENTES PERSONALES
4/5/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/833647/05/17/Un-grupo-de-wellness-encuentra-su-meta-laboral-con-el-itinerario-de-emprendimiento-para-mujeres-de-la-junta.html	Un grupo de wellness encuentra su meta laboral con el itinerario de emprendimiento para mujeres de la Junta	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	441	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
4/5/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/sociedad/noticias/833620/05/17/La-fundacion-mahumano-conoca-el-XII-Premio-Jovenes-mahumano-para-emprendedores-socialmente-responsables.html	La Fundación mahumano convoca el XII Premio Jóvenes mahumano para emprendedores 'socialmente responsables'	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	245	Positivo	3	Social	Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
12/5/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/noticias/noticias/835538/05/17/Fundacion-Aquae-Heva-a-cabo-el-primero-encuentro-Aqua-Talent-Hub-para-fomentar-el-emprendimiento-en-Galicia.html	Fundación Aquae Heva a cabo el primer encuentro 'Aqua Talent Hub' para fomentar el emprendimiento en Galicia	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	209	Positivo	4		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
12/5/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/835642/05/17/La-junta-inaugura-en-Pozadas-un-nuevo-espacio-para-el-Centro-Andaluz-de-Emprendimiento.html	La Junta inaugura en Pozadas un nuevo espacio para el Centro Andaluz de Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	584	Positivo	14		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
12/5/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/835496/05/17/Barcelona-by-Barcelona-Activa- invita-a-emprendedores-pymes-y-economia-social-a-transformarse.html	Barcelona by Barcelona Activa invita a emprendedores, pymes y economía social a transformarse	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	550	Positivo	3		Iniciativa privada	no	No	No	SI	No
20/5/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/837242/05/17/Economia-Cooperativa-olificas-de-Mágina-y-La-Loma-participan-en-jornada-técnica-de-Andalucía-Emprende.html	Economía - Cooperativas olificas de Mágina y La Loma participan en jornada técnica de Andalucía Emprende	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	600	Positivo	2		Mixto	No	No	No	SI	No
28/5/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/838998/05/17/El-Consejo-de-Gobierno-de-la-Junta-da-luz-verde-este-lunes-al-anteproyecto-de-Ley-de-Fomento-del-Emprendimiento.html	El Consejo de Gobierno de la Junta da luz verde este lunes al anteproyecto de Ley de Fomento del Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	533	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
28/5/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/838982/05/17/La-Generalitat-celebra-el-martes-una-jornada-de-emprendimiento-en-torno-al-entourismo.html	La Generalitat celebra el martes una jornada de emprendimiento en torno al entourismo	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	532	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
5/6/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/840706/06/17/Economía-Junta-y-Fundación-Caja-Granada-imparten-educación-financiera-a-50-emprendedores-y-empresarios.html	Economía - Junta y Fundación Caja Granada imparten educación financiera a 50 emprendedores y empresarios	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	277	Positivo	4		Mixto	No	No	No	SI	No
5/6/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/840723/06/17/Andalucía-Emprende-fomenta-el-emprendimiento-de-base-tecnológica-en-estudiantes-de-Formación-Profesional.html	Andalucía Emprende fomenta el emprendimiento de base tecnológica en estudiantes de Formación Profesional	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	495	Positivo	11		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
13/6/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/842178/06/17/Economía-Andalucía-Emprende-organiza-un-taller-sobre-presentación-eficaz-de-proyectos-para-empresas-culturales.html	Economía - Andalucía Emprende organiza un taller sobre presentación eficaz de proyectos para empresas culturales	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	361	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
13/6/17	economía.es	http://www.economista.es/universidades/noticias/842582/06/17/La-Cátedra-de-Emprendedores-de-la-Universidad-de-Salamanca-CEUSAL-celebra-su-décimo-anniversario-.html	La Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Salamanca CEUSAL celebra su décimo aniversario	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	835	Positivo	29		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
21/6/17	economía.es	http://www.economista.es/campus/noticias/844617/06/17/El-Campus-de-Excelencia-Internacional-Campus-Bonus-y-CEI-comenzan-la-IV-Edición-del-Programa-de-Premios-al-Emprendimiento-Iberia/CEI-Emprende.html	El Campus de Excelencia Internacional 'Campus Bonus' y CEI comencian la IV Edición del Programa de Premios al Emprendimiento 'Iberia/CEI Emprende'	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	331	Positivo	6		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
21/6/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/845243/06/17/Junta-conoca-ayudas-al-emprendimiento-innovación-y-divulgación-en-economía-social-por-1,2-millones.html	Junta conoca ayudas al emprendimiento, innovación y divulgación en economía social por 1,2 millones	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	547	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
21/6/17	economía.es	http://www.economista.es/primero-emplos/noticias/845192/06/17/ESNE-celebra-la-IV-edición-de-la-feria-de-emprendimiento-y-empelo-universitario.html	ESNE celebra la IV edición de la feria de emprendimiento y empleo universitario	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	255	Positivo	1		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
21/6/17	expansion.com	http://www.expansion.com/argen/2017/06/21/594b8ec4eb3931845e1.html	La Feria del Empleo y el Emprendimiento suma más de 20 empresas	Completo	Marcos Español	COAA	Noticia	312	Positivo	2		Iniciativa pública	SI	No	No	SI	No
21/6/17	expansion.com	http://www.expansion.com/argen/2017/06/21/594b341946169571484633.html	El Clúster de Salud de Aragón emprende una misión comercial a Kazajistán e Irán	Completo	Marcos Español	COAA	Noticia	256	Positivo	0		Iniciativa privada	SI	No	No	SI	No
29/6/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/846633/06/17/Los-Reyes-entregan-los-Premios-FPSGI-a-cuatro-jóvenes-comprometidos-y-emprendedores.html	Los Reyes entregan los Premios FPSGI a cuatro jóvenes comprometidos y emprendedores	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	624	Positivo	4		Iniciativa privada	No	No	ND	SI	No
29/6/17	economía.es	http://www.economista.es/argen/noticias/8466147/06/17/Generando-Futuro-y-CESTE-se-unen-para-impulsar-el-emprendimiento.html	Generando Futuro y CESTE se unen para impulsar el emprendimiento	Completo	Eva Sereño	COAA	Noticia	249	Positivo	4		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
29/6/17	economía.es	http://ecodiaro.economista.es/espana/noticias/8466270/06/17/Economía-empresas-Winn-Estudio-y-Grupo-Brochas-ganan-los-IV-premios-provinciales-de-Andalucía-Emprende.html	Economía - Las empresas Winn Estudio y Grupo Brochas ganan los IV premios provinciales de Andalucía Emprende	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	425	Positivo	12		Iniciativa pública	No	ND	No	SI	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (MÁXIMO NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTO DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
29/6/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8465228/08/17/UMA-coordina-un-proyecto-de-formacion-online-para-emprendedores-y-empresas-del-sector-de-la-artesania-y-el-arte.html	UMA coordina un proyecto de formación online para emprendedores y empresas del sector de la artesanía y el arte	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	275	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
29/6/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8464823/08/17/ICA-emienda-a-la-totalidad-de-la-Ley-del-Emprendimiento-1de-corte-neoliberal-que-surge-por-el-pacto-entre-PSOE-A-y-Ci.html	ICA emienda a la totalidad de la Ley del Emprendimiento, 'de corte neoliberal' que surge por el pacto entre PSOE-A y Ci	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	693	Positivo	7		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
29/6/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8466812/08/17/Hacienda-insta-a-volver-a-redactar-el-faudo-de-Andalucía-Emprende-sobre-el-comentario-y-espera-que-se-ajuste-a-la-ley.html	Hacienda insta a volver a redactar el faudo de Andalucía Emprende sobre el comentario y espera que se ajuste a la ley	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1128	Neutro	8		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
7/7/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8483728/07/17/Los-alumnos-de-la-Escuela-de-Jovenes-Emprendedores-dan-ideas-de-mejora-a-los-ayuntamientos-aaragacos.html	Los alumnos de la Escuela de Jóvenes Emprendedores dan ideas de mejora a los ayuntamientos aragacos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	423	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
7/7/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8483659/07/17/El-networking-avanzado-Emprende-crea-y-crece-congrega-a-mas-de-50-empresas-de-la-provincia.html	El networking avanzado 'Emprende, crea y crece' congrega a más de 50 empresas de la provincia	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	486	Positivo	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
23/7/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/salud/noticias/8514811/07/17/Los-universitarios-apruban-en-iniciativa-emprendedora-segun-un-estudio-de-la-UCM.html	Los universitarios aprueban en iniciativa emprendedora, según un estudio de la UCM	Completo	Agencias	Salud	Noticia	647	Positivo	24		Estudio	No	No	No	SI	No
23/7/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8514777/07/17/Economía-Más-de-800-emprendedores-crean-su-empresa-con-apoyo-de-Andalucía-Emprende-y-generan-947-empleos.html	Más de 900 emprendedores crean su empresa con apoyo de Andalucía Emprende y generan 947 empleos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	829	Positivo	32		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
23/7/17	expansion.com	http://www.expansion.com/sociedad/2017/07/23/59748a8e-5f6a-11e6-b8c7-00163e868b7f.html	Los universitarios aprueban en iniciativa emprendedora	Completo	Agencias	Sociedad	Noticia	650	Positivo	23		Estudio	No	No	No	SI	No
31/7/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/sociedad/noticias/8530229/08/17/Fundación-ONCE-destina-ayudas-de-entre-3000-y-18000-euros-a-proyectos-emprendedores-de-personas-con-discapacidad.html	Fundación ONCE destina ayudas de entre 3.000 y 18.000 euros a proyectos emprendedores de personas con discapacidad	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	383	Positivo	4	Social	Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
31/7/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/sociedad/noticias/8530004/07/17/Fundación-once-conoce-ayudas-a-proyectos-de-emprendimiento-para-personas-con-discapacidad.html	Fundación once convoca ayudas a proyectos de emprendimiento para personas con discapacidad	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	649	Positivo	5	Social	Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
8/8/17	eleconomía.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8542495/08/17/La-cámara-de-espana-dará-apoyo-a-10500-emprendedores-para-crear-y-consolidar-su-empresa.html	La Cámara de España dará apoyo a 10.500 emprendedores para crear y consolidar su empresa	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	272	Positivo	11		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
8/8/17	eleconomía.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8542468/08/17/La-Cámara-de-Comercio-espere-impulsar-2000-nuevas-empresas-con-25-millones-para-el-emprendimiento.html	La Cámara de Comercio espera impulsar 2.000 nuevas empresas con 25 millones para el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	298	Positivo	11		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
23/8/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8566702/08/17/Economía-Las-Lanzaderas-de-Andalucía-Emprende-de-Torreperogil-y-Baeza-finalizan-con-un-70-de-personas-activas.html	Economía - Las Lanzaderas de Andalucía Emprende de Torreperogil y Baeza finalizan con un 70% de personas activas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	482	Positivo	13		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
1/9/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/858236/08/17/María-Elena-Baños-recibe-el-diploma-al-emprendedor-del-mes-de-agosto-por-'Moble'n's'gadgets-Distribution.html	María Elena Baños recibe el diploma al emprendedor del mes de agosto por 'Moble'n's'gadgets Distribution	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	201	Positivo	11		Caso de éxito	No	No	No	SI	No
1/9/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8581987/08/17/La-patronal-Aeaball-impartirá-una-decena-de-talleres-dirigidos-a-los-emprendedores.html	La patronal Aeaball impartirá una decena de talleres dirigidos a los emprendedores	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	104	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
1/9/17	cncoo.es	https://cncoo.es/ajpaa.com/cncoo/2017/08/17/emprende-dones/150476110_24173.html	Diez consejos para emprender en septiembre	Completo	Lidia Vera Heróles	Emprendedores	Noticia	560	Positivo	9		Caso de éxito	SI	No	No	SI	No
9/9/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8597291/08/17/El-campus-benavés-y-la-empresa-CLH-comenzan-la-IV-Edición-del-Programa-de-Premios-al-Emprendimiento.html	El campus Benavés y la empresa CLH comencan la IV Edición del Programa de Premios al Emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	305	Positivo	16		Iniciativa privada	No	No	No	SI	No
17/9/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8613012/09/17/La-Escuela-de-Emprendedores-y-Empresarias-programa-diez-acciones-formativas-para-este-cuatrimestre.html	La Escuela de Emprendedores y Empresarias programa diez acciones formativas para este cuatrimestre	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	332	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
17/9/17	eleconomía.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8612641/09/17/UNMA-Los-cursos-de-verano-se-cierran-desde-este-lunes-en-Sevilla-con-el-emprendimiento-y-la-acción-sindical.html	Los cursos de verano se cierran desde este lunes en Sevilla con el emprendimiento y la acción sindical	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	336	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	SI	No
25/9/17	eleconomía.es	http://www.eleconomista.es/campus/noticias/8631204/09/17/Los-niños-emprendedores-protagonistas-un-año-más-en-el-próximo-South-Summit.html	Los niños emprendedores, protagonistas un año más en el próximo South Summit	Completo	Ecoed.es	España	Noticia	612	Positivo	12		Iniciativa privada	NO	No	No	SI	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (BARRINDAS NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
25/9/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/863115/09/17/Clasei-FundacionMujeres-organiza-un-encuentro-para-viabilizar-negocios-de-emprendedoras-y-empresarias.html	Fundación Mujeres organiza un encuentro para viabilizar negocios de emprendedoras y empresarias	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	266	Positivo	10		Iniciativa privada	NO	No	No	SI	No
25/9/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/argon/noticias/8631005/09/17/Programas-que-te-ayudan-a-empezar-para-hacer-realidad-tu-idea-de-negocio.html	Programas que te ayudan a empezar para hacer realidad tu idea de negocio	Completo	Eva Sereno	CAA	Noticia	387	Positivo	14		Iniciativa privada	SI	No	No	SI	No
25/9/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8630646/09/17/Santaluca-lanza-la-segunda-edicion-del-programa-impulsa-de-inversion-para-proyectos-de-emprendedores.html	Santaluca lanza la segunda edición del programa 'Impulsa' de inversión para proyectos de emprendedores	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	177	Positivo	8		Iniciativa privada	NO	No	No	SI	No
25/9/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8630370/09/17/Constituido-en-Salamanca-el-grupo-de-trabajo-de-Emprendimiento-y-Autonomos-de-la-Junta.html	Constituido en Salamanca el grupo de trabajo de Emprendimiento y Autónomos de la Junta	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	252	Positivo	6		Iniciativa pública	NO	No	No	SI	No
25/9/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/8630320/09/17/Esto-en-falta-mas-ayudas-de-la-Administracion-para-que-los-emprendedores-se-consoliden.html	Victoria Majadas: "Echo en falta más ayudas para que los emprendedores se consoliden"	Completo	Ana García	Emprendedores	Entrevista	545	Negativo	13		Fracaso	SI	No	No	SI	No
25/9/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8629540/09/17/Ultimos-dias-para-inscribirse-en-los-programas-de-emprendimiento-del-Instituto-Aragonés-de-Fomento.html	Últimos días para inscribirse en los programas de emprendimiento del Instituto Aragonés de Fomento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	387	Positivo	12		Iniciativa pública	NO	No	No	SI	No
25/9/17	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/europa_pres/2017/09/25/20170925160031.html	Santaluca lanza la segunda edición del programa 'Impulsa' de inversión para proyectos de emprendedores	Completo	AGENCIAS	Titulares	Noticia	173	Positivo	6		Iniciativa privada	NO	No	No	SI	No
3/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8650924/10/17/E-Indec-y-la-Universidad-Loyola-colaboran-en-el-fomento-del-emprendimiento-social.html	El Indec y la Universidad Loyola colaboran en el fomento del emprendimiento social	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	356	Positivo	14	Social	Iniciativa pública	NO	No	No	SI	No
3/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8650422/10/17/Sevilla-acoge-este-juves-y-viernes-a-lideres-de-ecosistemas-emprendedores-internacionales.html	Sevilla acoge este jueves y viernes a líderes de ecosistemas emprendedores internacionales	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	228	Positivo	7		Iniciativa privada	NO	No	No	SI	No
3/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8649526/10/17/E-número-de-iniciativas-empezadas-por-mujeres-supero-al-de-los-hombres-en-el-primer-semestre-del-año.html	El número de iniciativas emprendidas por mujeres superó al de los hombres en el primer semestre del año	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	617	Positivo	12		Estudio	NO	No	No	SI	No
3/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8649676/10/17/Los-CID-de-Zafra-Río-Bodón-y-Guadalupe-ofrecen-talleres-de-emprendimiento-para-docentes-de-Escuelas-Profesionales.html	Los CID de Zafra Río Bodón y Guadalupe ofrecen talleres de emprendimiento para docentes de Escuelas Profesionales	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	191	Positivo	5		Iniciativa pública	NO	No	No	SI	No
3/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8649194/10/17/Investigadores-fomentan-entre-estudiantes-de-ESD-el-emprendimiento-tecnológico-agroalimentario.html	Investigadores fomentan entre estudiantes de ESD el emprendimiento tecnológico agroalimentario	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	375	Positivo	12		Iniciativa pública	NO	No	No	SI	No
3/10/17	circodias.com	https://circodias.elpais.com/circodias/2017/10/02/autonomo-s/150893499_250603.html	Formas legales de emprender en solitario sin darse de alta en autónomo	Completo	Lucía Vera Hervás	Emprendedores	Noticia	385	Positivo	9		Caso de éxito	SI	SI	No	No	No
11/10/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8669309/10/17/Empresa-social-y-negocio-digital-marcan-la-cita-con-el-emprendimiento-femenino-de-la-UAO-CEU.html	Empresa social y negocio digital marcan la cita con el emprendimiento femenino de la UAQ-CEU	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	209	Positivo	15		Iniciativa privada	No	No	No	SI	NO
11/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8669275/10/17/E-Museo-Cristóbal-Balenciaga-pone-en-marcha-en-noviembre-un-curso-de-emprendizaje-en-moda.html	El Museo Cristóbal Balenciaga pone en marcha en noviembre un curso de emprendizaje en moda	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	293	Positivo	3		Iniciativa privada	No	No	No	No	NO
11/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8667631/10/17/Guerrero-PAR-urge-al-Gobierno-de-Aragón-a-elaborar-un-plan-de-emprendimiento-con-una-ley-y-presupuesto.html	Guerrero (PAR) urge al Gobierno de Aragón a elaborar un plan de emprendimiento con una ley y presupuesto	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	418	Neutro	2		Iniciativa pública	No	No	No	SI	NO
11/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8667573/10/17/Emprendedores-valencianos-lanza-una-plataforma-online-de-películas-de-animación-personalizadas.html	Emprendedores valencianos lanza una plataforma online de películas de animación personalizadas	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	414	Positivo	5		Caso de éxito	No	No	No	SI	NO
19/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/8666139/10/17/Bendobo-primera-a-las-empresas-a-aprovechar-las-oportunidades-de-emprendimiento-en-la-provincia-de-Málaga.html	Bendobo prima a las empresas a aprovechar las oportunidades de emprendimiento en la provincia de Málaga	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	216	Positivo	3	Social	Iniciativa pública	No	No	No	SI	NO
19/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/866467/10/17/Ronda-acoge-un-encuentro-empresarial-que-la-Junta-pone-en-marcha-para-la-promoción-de-la-cultura-emprendedora.html	Ronda acoge un encuentro empresarial que la Junta pone en marcha para la promoción de la cultura emprendedora	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	724	Positivo	25		Iniciativa pública	No	No	No	SI	NO
19/10/17	eleconomista.es	http://ecodiarlo.eleconomista.es/espana/noticias/866232/10/17/EI-Foro-Impulso-del-Empleo-y-el-Emprendimiento-pone-en-contacto-a-empresas-y-demandantes-de-empleo.html	El Foro Impulso del Empleo y el Emprendimiento pone en contacto a empresas y demandantes de empleo	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	752	Positivo	5		Iniciativa pública	No	No	No	SI	NO

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GÉNERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (REPETIDAS-NÚM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRAFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
19/10/17	elcomista.es	http://www.elcomista.es/enciclopedia/noticias/8685510/17/76/campus-de-innovacion-y-emprendimiento-TEAMLABS-de-Barcelona-selecciona-por-el-Festival-de-Innovacion-NewCo.html	El campus de innovación y emprendimiento TEAMLABS de Barcelona, seleccionada por el Festival de Innovación NewCo	Completo	Escuela es	Educación	Noticia	421	Positivo	12		Iniciativa pública	No	No	No	Si	NO
19/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8681173/17/71/El-Ayuntamiento-de-Aldemuyar-Valladolid-conoca-la-XII-edicion-del-Premio-a-las-Ideas-Emprendedoras.html	El Ayuntamiento de Aldemuyar (Valladolid) conoca la XII edición del Premio a las Ideas Emprendedoras	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	201	Positivo	6		Iniciativa pública	No	No	No	Si	NO
19/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8685076/17/77/Convocada-subsenciones-por-casi-60000-euros-para-16-lanzaderas-de-empleo-y-emprendimiento-solidario.html	Convocada subsenciones por casi 60.000 euros para 16 lanzaderas de empleo y emprendimiento solidario	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	479	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	Si	NO
19/10/17	cinco dias.com	https://cinco dias.es/la/2017/10/18/emprende-dones-12084920_280608.html	El Santander crea la mayor plataforma de emprendimiento universitario	Completo	Patricia	Emprendedores	Noticia	342	Positivo	17		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	NO
27/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8705314/17/77/El-Ayuntamiento-pone-en-marcha-un-servicio-de-asesoramiento-para-emprendedores-de-la-mano-de-AE-y-Cajamar.html	El Ayuntamiento pone en marcha un servicio de asesoramiento para emprendedores de la mano de AE y Cajamar	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	501	Positivo	10		Mixto	No	No	No	Si	NO
27/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/870608/17/77/La-Junta-de-Extremadura-quiere-romper-con-la-vision-de-que-la-region-no-es-emprendedora.html	La Junta de Extremadura quiere romper con la visión de que la región no es emprendedora	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	462	Negativo	10		Fracaso	No	No	No	si	NO
27/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8705228/17/77/Economia-la-Junta-fomenta-la-cooperacion-entre-emprendedores-y-empresarios-del-Almaraz.html	La Junta fomenta la cooperación entre emprendedores y empresarios del Almaraz	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	291	Positivo	13		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
27/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8705307/17/77/La-Region-es-lider-en-emprendimiento-en-Espana-con-la-creacion-de-mas-de-1800-empresas-entre-enero-y-agosto.html	La Región es líder en emprendimiento en España con la creación de más de 1.800 empresas entre enero y agosto	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	401	Positivo	10		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
27/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/870540/17/77/Un-taller-sobre-Empleo-y-Emprendimiento-en-el-deporte-de-aventura-reune-en-Jaen-a-45-participantes.html	Un taller sobre Empleo y Emprendimiento en el deporte de aventura reúne en Jaén a 45 participantes	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	442	Positivo	8		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
27/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8704976/17/77/Amplia-Educacion-conoca-los-premios-de-Emprendimiento-Colaborativo-de-EP.html	(Ampl) Educación conoca los premios de Emprendimiento Colaborativo de EP	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	405	Positivo	12		Iniciativa privada	No	No	No	si	NO
27/10/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/sociedad/noticias/8704542/17/77/La-segunda-edicion-de-Tomillo-Pop-up-llega-a-Madrid-este-fin-de-semana-para-apoyar-a-jovenes-emprendedores.html	La segunda edición de 'Tomillo Pop up' llega a Madrid este fin de semana para apoyar a jóvenes emprendedores	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	282	Positivo	5		Iniciativa privada	No	No	No	si	NO
4/11/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8722936/17/77/Arrancan-25-talleres-para-desempleados-sobre-emprendimiento-opportunidades-de-negocio-y-nuevos-valores.html	Arrancan 25 talleres para desempleados sobre emprendimiento, oportunidades de negocio y nuevos valores	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	243	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
4/11/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8722213/17/77/Coca-Gamara-visita-a-los-participantes-de-la-IV-edicion-de-la-feria-Pop-Up-con-iniciativas-de-9-emprendedores.html	Coca Gamara visita a los participantes de la IV edición de la feria 'Pop Up' con iniciativas de 9 emprendedores	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	616	Positivo	7		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
4/11/17	cinco dias.com	https://cinco dias.es/la/2017/11/03/fortuna/1509723165_745921.html	Lecciones de un veterano a un joven emprendedor	Completo	Pablo Sempere	Emprendedores	Noticia	260	Positivo	19		Iniciativa privada	Si	No	No	si	NO
13/11/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8738930/17/77/Economia-Junta-explica-en-Huesca-la-plataforma-virtual-Tu-municipio-emprende-para-pymes-e-instituciones.html	Junta explica en Huesca la plataforma virtual 'Tu municipio emprende' para pymes e instituciones	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	554	Positivo	15		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
20/11/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8757603/17/77/Comienza-Explore-Jovenes-con-ideas-con-40-plazas-para-una-nueva-generacion-de-emprendedores-cordobeses.html	Comienza 'Explore Jóvenes con ideas' con 40 plazas para una nueva generación de emprendedores cordobeses	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	930	Positivo	25		Iniciativa privada	No	No	No	si	NO
20/11/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8757096/17/77/Andalucía-Emprende-pone-el-foco-en-la-internacionalizacion-y-tecnologia-en-el-Dia-de-la-Persona-Emprendedora.html	Andalucía Emprende pone el foco en la internacionalización y tecnología en el Día de la Persona Emprendedora	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	496	Positivo	22		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
20/11/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8756966/17/77/Em'emmeno-y-Smart-Factory-dos-nuevas-iniciativas-de-la-UCAM-para-promover-el-emprendimiento.html	'Em'emmeno' y 'Smart Factory', dos nuevas iniciativas de la UCAM para promover el emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	393	Positivo	4		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
20/11/17	elcomista.es	http://ecodiaro.eleconomista.es/espana/noticias/8756573/17/77/Granada-se-incorpora-al-programa-Gira-Mujeres-de-Coca-Cola-de-apoyo-al-emprendimiento.html	Granada se incorpora al programa Gira Mujeres de Coca-Cola de apoyo al emprendimiento	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	429	Positivo	9		Iniciativa privada	No	No	No	si	NO
20/11/17	elcomista.es	http://www.elcomista.es/sociedad/noticias/8756176/17/77/Epistec-busca-heros-y-herosas-para-despertar-las-vocaciones-cientificas-tecnicas-y-emprendedoras.html	Epistec busca héroes y heroínas para despertar las vocaciones científicas, tecnológicas y emprendedoras	Completo	Escuela es	Educación	Noticia	334	Positivo	11		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (IMPRESIONABILIDAD)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
20/11/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/8756054/11/17/Convocado-el-Concurso-Innovacif-Emprendimiento-Intraemprendimiento-Genitífico.html	Convocado el Concurso 'Innovacif Emprendimiento/Intraemprendimiento Científico'	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	517	Positivo	9		Mixto	No	No	No	si	NO
20/11/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/8756025/11/17/Comienza-Explorer-Jóvenes-con-ideas-con-40-plazas-para-una-nueva-generación-de-emprendedores-madrileños.html	Comienza Explorer 'Jóvenes con ideas' con 40 plazas para una nueva generación de emprendedores madrileños	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	596	Positivo	19		Iniciativa privada	Si	No	No	si	NO
20/11/17	expansion.com	http://www.expansion.com/aron/2017/11/20/5a12aec6268e3e14648b4955.html	Arrancan las jornadas de emprendimiento rural en Jaca	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	374	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
28/11/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8776367/11/17/Economía-Empresas-Letgo-Airfitte-y-Holaluz-premiados-como-las-mejores-jóvenes-emprendedores-del-IESE.html	Letgo, Airfitte y Holaluz premiados como los mejores jóvenes emprendedores del IESE	Completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	238	Positivo	6		Iniciativa privada	No	No	No	si	NO
28/11/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/8776269/11/17/El-Foro-de-Emprendedores-Lince-reune-este-miércoles-a-más-de-40-proyectos.html	El Foro de Emprendedores Lince reúne este miércoles a más de 40 proyectos	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	362	Positivo	9		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
28/11/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/8775996/11/17/Economía-El-programa-de-apoyo-a-emprendedoras-Gira-Mujeres-de-Coca-Cola-y-Andalucía-Emprende-llega-a-Almería.html	El programa de apoyo a emprendedoras Gira Mujeres de Coca Cola y Andalucía Emprende llega a Almería	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	569	Positivo	10		Iniciativa privada	No	No	No	si	NO
28/11/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/8775811/11/17/Jornada-de-entrega-de-la-IV-edición-de-los-Premios-Iberus-CLH-Emprende.html	Jornada de entrega de la IV edición de los Premios Iberus - CLH Emprende	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	675	Positivo	9		Mixto	No	No	No	si	NO
28/11/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/8775283/11/17/Beamonte-PP-exige-más-apoyo-a-autónomos-y-emprendedores-en-los-presupuestos-de-Aragón-para-2018.html	Beamonte (PP) exige más apoyo a autónomos y emprendedores en los presupuestos de Aragón para 2018	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	463	Positivo	3		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
28/11/17	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/europa_press/2017/11/28/20171128190506.html	Letgo, Airfitte y Holaluz premiados como los mejores jóvenes emprendedores del IESE	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	238	Positivo	3		Iniciativa privada	No	No	No	si	NO
14/12/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/8811597/17/17/¿La-actividad-emprendedora-de-las-mujeres-de-todo-el-mundo-aumenta-un-10-en-los-dos-últimos-años-según-un-estudio.html	La actividad emprendedora de las mujeres de todo el mundo aumenta un 10% en los dos últimos años, según un estudio	Completo	AGENCIAS	Sociedad	Noticia	770	Positivo	29		Estudio	No	No	No	si	NO
14/12/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/8810202/12/17/Emprender-en-2018-novedades-legislativas-para-los-autónomos.html	Emprender en 2018: novedades legislativas para los autónomos	Completo	Infoautónomos	Emprendedores	Noticia	662	Positivo	5		Normativa	Si	No	No	si	NO
14/12/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/castilla-la-mancha/noticias/8809893/12/17/Consejos-de-Liberbank-para-nuevos-emprendedores.html	Consejos de Liberbank para nuevos emprendedores	Completo	AGENCIAS	CCAA	Noticia	774	Positivo	11		Caso de éxito	Si	No	No	si	NO
14/12/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/8809372/12/17/Industrias-culturales-y-economía-creativa-en-la-XV-edición-de-Escuela-de-emprendedores.html	Industrias culturales y economía creativa en la XV edición de "Escuela de emprendedores"	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	430	Positivo	12		Caso de éxito	Si	No	No	si	NO
22/12/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/8829768/12/17/Millán-senala-que-su-acuerdo-presupuestario-con-el-PSOE-incluye-foros-para-jóvenes-y-mujeres-emprendedoras.html	Millán señala que su acuerdo presupuestario con el PSOE incluye "foros" para jóvenes y mujeres emprendedoras	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	269	Positivo	10		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
22/12/17	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/8828545/12/17/Se-buscan-ideas-de-emprendimiento-social-y-cooperativo-en-Aragón.html	Se buscan ideas de emprendimiento social y cooperativo en Aragón	Completo	Ecoaula.es	Educación	Noticia	704	Positivo	16		Iniciativa pública	No	No	No	si	NO
22/12/17	eleconomista.es	http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/8828410/12/17/Los-emprendedores-apunten-cada-vez-más-por-proyectos-tecnológicos-e-internacionales.html	Los emprendedores apuestan cada vez más por proyectos tecnológicos e internacionales	Completo	AGENCIAS	España	Noticia	1006	Positivo	17		Estudio	No	No	No	si	NO
23/1/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aron/noticias/9157066/05/18/La-Feria-de-Emprego-y-Emprendimiento-conectará-a-jóvenes-con-empresas-para-su-inserción-profesional.html	La Feria de Empleo y Emprendimiento conectará a jóvenes con empresas para su inserción profesional	Completo	Eva Sereno	Economía	Noticia	609	Positivo	6	Social	Iniciativa pública	Si	No	No	si	NO
23/1/18	expansion.com	http://www.expansion.com/aron/2018/05/23/9e0572c6-468b-2728-b45c.html	La II Feria de Empleo y Emprendimiento en Zaragoza se celebra el 29 de mayo	completo	Marcos Escudé	CCAA	Noticia	407	Positivo	1	Social	Iniciativa pública	Si	No	No	si	No
23/1/18	cincodias.com	https://cincodias.epain.com/cincodias/2018/05/23/companias/1527091_348_107008.html	Emprender: sonreír le dará beneficios (y no requiere inversión)	completo	Ana Sánchez Martínez	Tecnología	Reportaje	600	Positivo	13		Historia personal	Si	Si	No	No	si
23/1/18	cincodias.com	https://cincodias.epain.com/cincodias/2018/05/22/autonomos/1527010_390_057948.html	La enfermedad que reina la vida del autónomo y, sobre todo, la autónoma	completo	JA Vega Ortega	Trabajo	Reportaje	377	Negativo	0		Estudio	Si	No	No	si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREND- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
31/5/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/9175185/05/18/Economia-Estrella-Galicia-lanza-un-programa-de-emprendimiento-colaborativo-para-apoyar-startups-innovadoras.html	Economía.- Estrella Galicia lanza un programa de emprendimiento colaborativo para apoyar 'startups' innovadoras	completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	574	Positivo	8		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No
8/6/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/9193583/06/18/Euskadi-entrega-los-premios-de-emprendimiento-al-alumnado-y-a-los-centros-de-Formacion-Profesional.html	Euskadi entrega los premios de emprendimiento al alumnado y a los centros de Formación Profesional	completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	465	Positivo	12	Social	Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
2/7/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/06/29/autonomos/1530274206_599737.html	Todos los impuestos del autónomo y cómo presentarlos en 2018	completo	Lucía Vera Hervás	Trabajo	Reportaje	861	Neutro	0		Normativa	Si	Si	No	Si	No
10/7/18	expansion.com	http://www.expansion.com/juridico/opinion/2018/07/11/5b44ebd146163b678e4989.html	El falso autónomo 2.0	completo	Gonzalo Alvarez de Arana	Opinión	Opinión	796	Negativo	0	Social	Normativa	Si	No	No	Si	No
10/7/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/07/09/miditero/1531136377_361092.html	¿Debe el autónomo cotizar por ingresos?	completo	Eva M. Blázquez Anado	Trabajo	Opinión	568	Positivo	0		Normativa	No	NO	No	No	No
18/7/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/07/18/autonomos/1531897634_262788.html	Pasos para que un falso autónomo denuncie su situación irregular	completo	Lucía Vera Hervás	Trabajo	Noticia	387	Neutro	0		Normativa	Si	Si	No	No	No
26/7/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/07/26/emprendedores/1532586529_376913.html	¿Un perfil emprendedor dirigiendo RTVE?	completo	Rocío González	Tecnología	Noticia	460	Positivo	5		Historia personal	Si	No	No	No	No
26/7/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/07/25/autonomos/1532546907_49343.html	Pasos concretos a dar en la Seguridad Social para convertirse en autónomo	completo	Rocío González	Trabajo	Noticia	435	Neutro	0		Normativa	Si	No	No	Si	No
3/8/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aragon/noticias/9314992/08/18/Bantera-impulsara-el-emprendimiento-con-lineas-financieras-y-subsidencias-especiales.html	Bantera impulsará el emprendimiento con líneas financieras especiales	completo	Eva Sereno	Economía	Noticia	349	Positivo	5	Social	Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No
3/8/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/9314471/08/18/Hult-Prize-concede-1-millones-de-dolares-al-mejor-emprendedor-universitario.html	Hult Prize concede 1 millón de dólares al mejor emprendedor universitario	completo	Noelia García	Economía	Noticia	308	Positivo	0		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No
3/8/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/9314095/08/18/Pedro-Sanchez-anuncia-nuevas-medidas-para-combatir-la-figura-del-falso-autonomo-para-afiorar-40000-empleos.html	Pedro Sánchez anuncia nuevas medidas para combatir la figura del falso autónomo y afiorar 40.000 empleos	completo	eleconomista.es	Economía	Noticia	675	Positivo	0		Normativa	Si	No	No	Si	No
3/8/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/08/02/autonomos/1533235366_313333.html	¿Por qué el empleo autónomo se ha dado un batacazo en julio?	completo	JA Vega Ortega	Economía	Noticia	239	Negativo	0		Fracaso	Si	No	No	Si	No
27/8/18	expansion.com	http://www.expansion.com/aragon/2018/08/27/5b940c7c268e3e03348b457d.html	El IAF abre el plazo para los programas de emprendimiento social y agroalimentario	completo	Marcos España	CCAA	Noticia	615	Positivo	9	Social	Iniciativa pública	Si	No	No	No	NO
27/8/18	expansion.com	http://www.expansion.com/economia/2018/08/27/5b83d2ed46163f2e148b452.html	Más mujeres y nuevos sectores: así ha cambiado el perfil del autónomo	completo	M.G. Mayo	Economía	Noticia	569	Positivo	0		Estudio	Si	No	Si	Si	No
27/8/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/08/24/franquicias/1535141978_672978.html	Aquí tienes 200 ayudas para emprender en el ámbito social	completo	Rocío González	Banca	Reportaje	351	Positivo	6	Social	Mixto	Si	No	No	No	No
27/8/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/08/26/autonomos/1535312653_822980.html	Esto es lo que pierde un autónomo que trabaja sin estar de alta	Medio	JA Vega Ortega	Trabajo	Noticia	202	Positivo	0		Normativa	Si	No	No	no	No
4/9/18	expansion.com	http://www.expansion.com/agencia/europa_presa/2018/09/04/20180904104003.html	ATA cree que no se da el clima necesario para favorecer el emprendimiento y la creación de empleo	completo	AGENCIAS	Economía	Noticia	102	Negativo	1		Iniciativa pública	No	No	No	No	No
4/9/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/09/03/autonomos/1536011878_395169.html	Una médico, nueva directora del trabajo autónomo	Medio	Rocío González	Economía	Noticia	184	Neutro	0		Otros	Si	No	No	No	No
12/9/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/09/11/autonomos/1536686041_554251.html	Si eres autónomo y vives en un municipio de menos de 5.000 habitantes, estás de suerte	completo	JA Vega Ortega	Trabajo	Noticia	342	Positivo	1		Caso de éxito	Si	Si	No	Si	No
20/9/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/09/19/fortunas/153766903_239859.html	España a la zaga de Latinoamérica en emprendimiento	completo	Ana Muñoz Vita	Empresas / Negocios	Reportaje	855	Positivo	11		Caso de éxito	Si	Si	Si	Si	No
22/10/18	expansion.com	http://www.expansion.com/aragon/2018/10/22/5bcd4a27e5fdeab418b45af.html	Zaragoza celebra la II Jornada de Emprendimiento y Empoderamiento de las Mujeres	completo	Marcos España	CCAA	Noticia	412	Positivo	5		Iniciativa pública	Si	No	No	Si	No

FECHA	MEDIO	LINK	TITULAR	CONTEXTO	AUTOR	SECCIÓN	GENERO	EXTENSIÓN	TRATAMIENTO	PALABRAS CLAVE (EMPREN- NUM VECES)	Social	TIPOLOGÍA	APOYO FOTOGRÁFICO	TEXTOS DE APOYO	APOYO GRÁFICOS	FUENTES AUTORIZADAS	FUENTES PERSONALES
22/10/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial-sa/noticias/9467087/10/18/las-cerveceras-apuestan-por-proyectos-de-emprendimiento-.html	las cerveceras apuestan por proyectos de emprendimiento	completo	Laura Bartolomé	Economía	Reportaje	877	Positivo	9		Iniciativa privada	Si	No	No	Si	No
7/11/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/11/07/autonomos/1541545899_265689.html	El Gobierno quiere que el autónomo pague, al menos, 260 euros más al año	Medio	JA Vega Ortega	Economía	Noticia	416	Negativo	0		Normativa	Si	No	No	No	No
23/11/18	expansion.com	http://www.expansion.com/aron/2018/11/23/5b7ea5bca47413c08bb46a9.html	Arranca el Programa Emprender en la Escuela, que ya ha programado 100 talleres	completo	Marcos Español	CCAA	Noticia	476	Positivo	7		Iniciativa pública	Si	No	No	No	No
23/11/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/9538638/11/18/Coat-valora-positivamente-que-se-abra-la-puerta-a-la-incorporacion-del-autonomo-societario-al-regimen-general.html	Coat valora positivamente que se abra la puerta a la incorporación del autónomo societario al régimen general	Medio	AGENCIAS	Economía	Noticia	116	Positivo	0		Iniciativa pública	No	No	No	No	No
17/12/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/aron/noticias/9588598/12/18/UPTA-Aragon-y-MicroBank-impulsan-el-autoempleo-y-el-emprendimiento-con-un-millon-de-euros.html	UPTA Aragón y MicroBank impulsan el autoempleo y el emprendimiento con un millón de euros	completo	Eva Sereno	Economía	Noticia	376	Positivo	2	Social	Iniciativa privada	No	No	No	No	No
17/12/18	expansion.com	http://www.expansion.com/aron/2018/12/17/5c17e472268c3e57768b495d1.html	UPTA y MicroBank incentivan con un millón de euros el autoempleo y el emprendimiento	completo	Marcos Español	CCAA	Noticia	415	Positivo	3	Social	Iniciativa privada	Si	No	No	No	No
17/12/18	eleconomista.es	http://www.eleconomista.es/economia/noticias/9587484/12/18/La-start-up-Disgn-Cloud-gana-el-Programa-de-Emprendimiento-UPM-.html	La start up Disgn Cloud gana el Programa de Emprendimiento UPM	completo	Carmen García	Economía	Entrevista	722	Positivo	3		Caso de éxito	Si	No	No	No	No
17/12/18	cincodias.com	https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/12/12/autonomos/1544618004_986369.html	Cómo controlar y mejorar opiniones sobre un autónomo o pyme en Internet	completo	Cinco Dias	Economía	Entrevista	748	Positivo	0		Caso de éxito	Si	No	No	Si	No